

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

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

Pada perancangan media informasi legenda Telaga Warna dibutuhkan beberapa persiapan. Untuk membangun sebuah media informasi membutuhkan persiapan, guna hasil yang didapatkan sesuai dengan yang dituju. Persiapan mempengaruhi konsep visual, hingga mengaplikasikan sebuah media visual, serta menjadi sebuah konsep yang tertata dan juga bermanfaat bagi masyarakat. Berikut ini analisa khalayak sasaran:

#### **a. Demografis**

Sasaran : Remaja

Usia : 17-25 tahun (remaja akhir)

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Kelas Sosial : Menengah atas, karena media yang digunakan berupa aplikasi yang hanya digunakan pada media seperti laptop. Rata-rata yang mengunjungi ke tempat wisata Telaga Warna yaitu yang berumur 17-25 tahun dengan teman, keluarga, maupun rekan kerja.

#### **b. Geografis**

Perancangan media informasi legenda Telaga Warna ini ditujukan untuk masyarakat baik di luar kota Bandung ataupun di kota Bandung, karena perancangan ini dikhususkan untuk masyarakat sunda karena legenda tersebut dari Jawa Barat, tidak menutup kemungkinan untuk masyarakat non-sunda untuk mengetahui cerita legenda tersebut.

#### **c. Psikografis**

Perancangan media informasi legenda Telaga Warna ini ditargetkan kepada remaja akhir yang berusia 17-25 tahun. Mengetahui tentang isi pesan moral dari legenda Telaga Warna ini diharapkan untuk menjadi pembelajaran pada kehidupan para remaja.

d. *Consumer Journey*

Agar media informasi mengenai legenda Telaga Warna ini tepat sasaran sesuai aktifitas yang sering dilakukan remaja, sehingga media tersebut dapat dinikmati untuk ditonton pada waktu dan keadaan yang tepat, maka diperlukannya analisa mengenai kegiatan keseharian yang dilakukan. Berikut daftar kegiatan yang sering dilakukan remaja berusia 17-25 tahun.

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

Waktu	Kegiatan	Tempat	<i>Point of Contact</i>
04:30-06:00	Bangun tidur, mandi, sholat subuh, mengenakan seragam, bermain <i>gadget</i> untuk <i>searching</i> di internet, menonton tv	Kamar tidur, kamar mandi, ruang sholat, ruang keluarga	Kasur, bantal, jam <i>weaker</i> , gayung, sejadah, <i>remote tv</i> , <i>gadget</i> , pakaian, lemari, cermin, handuk
06:00-06:30	Sarapan, menyiapkan peralatan sekolah	Ruang makan, Kamar tidur	Sendok, piring, gelas, garpu, perlengkapan sekolah
06:30-07:00	Berangkat sekolah	Perjalanan	Kendaraan umum/pribadi
07:00-10:00	Kegiatan belajar mengajar	Kelas di sekolah	Buku, pulpen, tas
10:00-11:00	Istirahat	Kantin	Dompot, sendok, piring, gelas
11:00-13:00	Kegiatan belajar mengajar	Kelas di sekolah	Buku, pulpen, tas
13:00-13:30	Pulang ke rumah	Perjalanan	Kendaraan umum/pribadi
13:30-13:45	Membersihkan badan, mengganti pakaian,	Kamar mandi, kamar tidur, ruang	Gayung, sejadah, pakaian, lemari

	sholat dzuhur	sholat	
13:45-15:15	Istirahat di rumah, menonton tv, bermain <i>gadget</i> untuk <i>searching</i> di internet	Kamar, ruang keluarga	<i>Remote tv, gadget, bantal, kasur</i>
15:15-17:00	Sholat ashar, bermain bersama teman	Ruang sholat, lapangan, rumah teman	Sejadah, <i>gadget</i>
17:00-18:00	Istirahat di rumah, mandi	Kamar tidur, kamar mandi	<i>Gadget, gayung, cermin, handuk, pakaian, lemari</i>
18:00-18:30	Sholat maghrib, makan malam	Ruang sholat, ruang makan	Sejadah, sendok, piring, garpu, gelas
18:30-20:00	Mengerjakan tugas, belajar	Kamar tidur	Buku, pulpen, tas
20:00	Tidur	Kamar tidur	<i>Gadget, bantal, kasur</i>

Bisa disimpulkan bahwa dari aktivitas yang dipaparkan di atas bahwa dalam aktivitas pasti memiliki waktu luang untuk menggunakan *gadget*, maka dari itu perancang merancang media yang bisa digunakan pada saat waktu luang dengan menggunakan media yang bisa digunakan pada *gadget* yaitu media aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna.

### III.2 Strategi Perancangan

Dalam menceritakan kembali kisah mengenai legenda Telaga Warna yang akan dibuat melalui media informasi, diperlukannya strategi perancangan yang tepat agar pesan yang akan disampaikan media tersebut dapat disampaikan dengan baik sesuai dengan khalayak sasaran. Maka media tersebut akan dibuat dalam bentuk aplikasi cerita interaktif dengan tambahan audio yang menarik, agar remaja tertarik dan tidak merasa bosan untuk mengetahui kisah dari legenda tersebut,

sehingga pesan yang akan disampaikan legenda tersebut dapat tersampaikan dengan baik.

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

Tujuan komunikasi perancangan mengenai legenda Telaga Warna ini adalah untuk menyampaikan informasi mengenai pesan moral yang terdapat pada cerita Telaga Warna, agar pesan moral tersebut dapat dijadikan sebagai pembelajaran bagi masyarakat, dari kesalahan dimasa lalu sehingga tidak terulangi pada masa sekarang. Dari pesan moral tersebut dapat dijadikan contoh untuk remaja bagaimana kehidupan yang diidealkan, dan memberikan contoh konsep moral mengenai benar dan salah dalam bersosialisasi.

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

Diperlukan pendekatan komunikasi supaya pesan dalam cerita dapat tersampaikan kepada khalayak dengan cara menyampaikan pesan yang ada dalam legenda tersebut, melalui media verbal, visual maupun audio. Penjelasan mengenai strategi pendekatan komunikasi adalah sebagai berikut:

#### **a. Pendekatan Verbal**

Menurut Kusrianto (2007) komunikasi berbentuk verbal merupakan komunikasi yang dapat didengar dengan telinga dengan berbagai bahasa formal ataupun tidak formal (h.4), sehingga pendekatan verbal ini bertujuan untuk menceritakan kisah tersebut dengan menggunakan bahasa Indonesia yang formal, agar dapat dipahami oleh semua khalayak. Pendekatan tersebut dibuat dengan cerita yang menjelaskan setiap adegan dari kisah tersebut, gaya bercerita tersebut dibuat lebih fokus pada inti-inti cerita dalam legenda tersebut agar ceritanya lebih fokus, sehingga penonton bisa mengetahui inti cerita dari kisah tersebut, serta memahami pesan yang akan disampaikan dari legenda tersebut.

#### **b. Pendekatan Visual**

Dalam menceritakan legenda Telaga Warna diperlukannya pendekatan visual untuk membantu pembaca lebih memahami cerita yang akan disampaikan legenda tersebut, karena Menurut Kusrianto (2007) komunikasi berbentuk visual merupakan segala sesuatu yang dapat dilihat oleh mata (h.10). Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut penonton dapat melihat penggambaran visual dari cerita setiap adegan pada legenda tersebut, sehingga apa yang dibayangkan penonton mengenai tokoh dan adegan pada legenda Telaga Warna dapat lebih diperjelas melalui visual tersebut. Pendekatan visual ini dibuat dengan gaya visual yang menyesuaikan dengan zaman sekarang agar dapat diterima oleh masyarakat, namun tetap mempertahankan ciri khas dari gaya visual Indonesia, dari pakaian, atribut dan penggunaan warnanya.

#### **c. Pendekatan Audio**

Selain itu untuk menceritakan legenda Telaga warna ini diperlukannya pendekatan audio. Musik yang digunakan untuk membangun suasana dari cerita media interaktif tersebut, sehingga tidak jenuh ketika menontonnya. Dan tambahan narasi agar cerita tersebut menjadi lebih jelas dan mudah dipahami aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna itu.

### **III.2.3 Mandatory**

Perancangan media informasi legenda Telaga Warna ini bekerja sama dengan lembaga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat. Sehingga lembaga tersebut sesuai untuk dijadikan Mandatory media informasi legenda Telaga Warna.



Gambar III.1 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat  
Sumber: <http://jabarekspres.com/wp-content/uploads/2017/10/Logo-Pemprov-Jabar.png>  
(Diakses pada 27/5/2019)

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

Materi pesan yang akan disampaikan dari perancangan media informasi legenda Telaga Warna ini adalah untuk menceritakan asal-usul terbentuknya danau yang bernama Telaga Warna di puncak Bogor, Jawa Barat. Selain dari itu perancangan media informasi tersebut akan menyampaikan pesan moral dari kisah tersebut, seperti menjadi pemimpin yang bijaksana, sabar, penyayang, pantang menyerah dan lain-lain. Pesan moral tersebut disampaikan agar *user* bisa mengaplikasikan pesan moral tersebut pada lingkungan.

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

Pada umumnya gaya bahasa biasanya dibuat menggunakan prinsip retorika seperti permajasan, dalam perancangan ini permajasan digunakan dalam membuat *copywriting* media. Pada narasi hanya menggunakan bahasa naratif. Pada sub judul “Perhiasan Pembawa Petaka” menggunakan majas personifikasi agar khalayak bingung dan ingin mencari tahu kenapa sebuah benda mati bisa mendatangkan bencana sehingga khalayak ikut menggunakan aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna itu.

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

Cerita legenda Telaga Warna sehingga pesan yang disampaikan tepat sasaran diperlukannya strategi perancangan media informasi mengenai legenda Telaga Warna yang kreatif guna untuk tahap yang efektif, sehingga media yg dihasilkan lebih menarik baik dari segi visual maupun cerita. Selain itu juga membuat

pengalaman baru bagi penikmat media informasi aplikasi interaktif dari cerita legenda Telaga Warna. Berikut tahapan strategi kreatif diantaranya:

a. *Copywriting*

*Copywriting* sangat penting untuk menarik khalayak umum agar khalayak tersebut mempunyai keinginan untuk mengetahui lebih lanjut tentang apa yang mau diinformasikan. Seperti pada legenda Telaga Warna berikut:

Judul : Legenda Telaga Warna  
 Sub judul : Perhiasan Pembawa Petaka

Judul tersebut diambil dari cerita air danau yang memiliki berbagai macam warna. Sub judul pada Legenda Telaga Warna menggunakan majas personifikasi. “Perhiasan” pada sub judul adalah benda mati sudah dipastikan bahwa benda mati tidak bisa membawa bencana, sehingga kata tersebut akan menjadi cara untuk menarik khalayak untuk mengetahui lebih lanjut tentang cerita tersebut.

b. *Storyline*

*Storyline* yaitu alur cerita yang membahas adegan sebuah cerita dari awal hingga akhir, penjelasan pada suatu tempat kejadian pada cerita, dan juga konflik-konflik yang ada agar terlihat menarik. Berikut *storyline* yang dibuat untuk perancangan ini:

Tabel III.2 *Storyline*  
 Sumber : Dokumen Pribadi (2019)

No.	Adegan	Narasi & Dialog
1.	Scene 1 – Taman bunga Pemandangan taman dan terlihat seorang pria duduk di sisi taman bunga.	Narasi Prabu Swarnalaya adalah pemimpin dari kerajaan Kuta Tanggeuhan.

2.	Scene 2 – Sisi taman bunga Prabu Swarnalaya duduk termenung.	-
3.	Scene 3 - Sisi taman bunga Ratu Purbamanah melihat prabu Swarnalaya dari kejauhan.	Narasi Melihat prabu Swarnalaya duduk termenung membuat ratu Purbamanah merasa heran
4.	Scene 4 – Sisi taman bunga Ratu Purbamanah berjalan mendekati prabu Swarnalaya.	-
5.	Scene 5 – Sisi taman bunga Ratu Purbamanah duduk disamping Prabu Swarnalaya.	Dialog “Kakang Prabu, mengapa Kakang terlihat murung? Apa yang membuat kakang seperti ini?”.
6.	Scene 6 – Sisi taman bunga Prabu menjawab pertanyaan dari Ratu Purbamanah.	Dialog “Dinda, kita sudah lama menikah, tetapi kenapa belum dikaruniai seorang anak?”
7.	Scene 7 – Hutan Prabu Swarnalaya berjalan sendiri di hutan.	Narasi Prabu berjalan memaski hutan dan pergi ke gua untuk melakukan persemadian agar dikaruniai seorang putra.
8.	Scene 8 – Gua Prabu melakukan persiapan sebelum bersemedi.	Narasi Prabu menggunakan baju yang dibawa sebelumnya



		untuk melakukan persemadian.
9.	Scene 9 – Gua Prabu melakukan persemadian.	Narasi Prabu melakukan persemadian dengan duduk dan kaki menyilang.
10.	Scene 10 – Gua Prabu membuka mata saat melakukan persemadian.	Narasi Parabu melihat ayahanda berada didepan
11.	Scene 11 – Gua Ayahanda menatap prabu Swarnalaya.	Dialog “Anakku, apa yang kamu lakukan disini?”
12.	Scene 12 – Gua Prabu terlihat murung.	Dialog Ananda sudah lama menikah, tetapi kenapa hingga kini ananda belum dikaruniai seorang anak?
13.	Scene 13 – Gua Ayahanda menenangkan prabu Swarnalaya.	Dialog Jadi ananda menginginkan seorang anak? Baiklah, kalau itu yang ananda inginkan. Akan ayah bantu. Sekarang ganti bajumu dan pergi pulang lah.
14.	Scene 14 – Hutan Prabu Swarnalaya keluar dari gua sembari memikul baju yang dikenakan pada saat bersemedi di gua.	Narasi Akhirnya prabu Swarnalaya pergi pulang karena ayahanda yang meminta.
15.	Scene 15 – Taman	Narasi

	Ratu Purbamanah pingsan.	Ratu Purbamanah seketika pingsan pada saat berjalan di taman
16.	Scene 16 – Istana Prabu menerima hadiah dari masyarakat istana.	Narasi Prabu menerima kado dari masyarakat dan akan diberikan kepada putri prabu Swarnalaya dan ratu Purbamanah.
17.	Scene 17 – Istana Prabu mengantarkan kado dari masyarakat kepada putri Gilang Rukmini.	-
18.	Scene 18 – Istana Putri Gilang Rukmini terlihat senang.	Narasi Putri terlihat senang karena semua orang perhatian dengan putri, dan berharap lebih kepada hadiah yang diterima.
19.	Scene 19 – Istana Putri berjalan mendekati perhiasan yang diberi oleh masyarakat istana.	Narasi Putri berharap mendapatkan perhiasan yang cantik.
20	Scene 20 – Istana Putri terlihat bahagia saat membuka .kado.	-
21.	Scene 21 – Istana Terlihat muka amarah putri saat membuka dan melihat isi kotak itu.	Narasi Isi kotak itu tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh putri sehingga putri murka.
22.	Scene 22 – Istana Putri mengambil ancang-ancang untuk	-

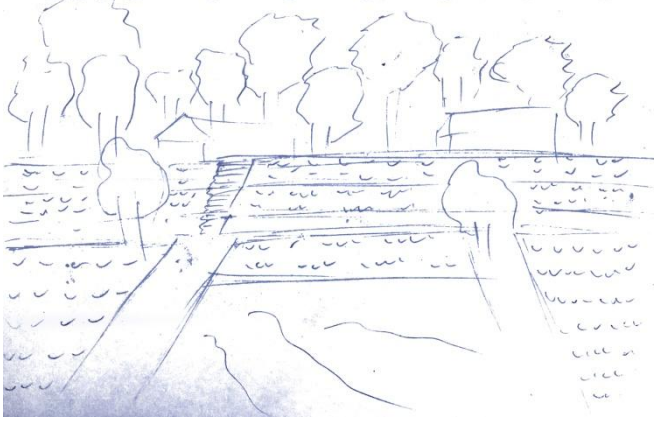
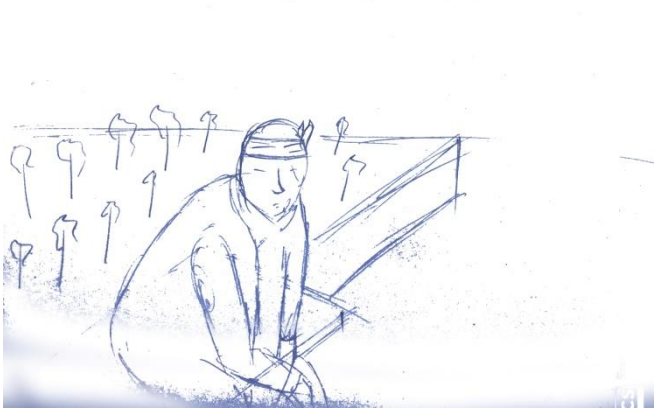

	melempar kotak yang diberi.	
23.	Scene 23 – Istana Putri membanting kotak hadiah itu ke lantai.	Narasi Terlihat isi dari kotak hadiah itu berserakan keluar.
24.	Scene 24 – Istana Tiba-tiba terjadi petir dan hujan.	Narasi Ketika putri melempar kotak hadiah itu ke lantai, maka terjadilah hujan beserta petir yang besar.
25.	Scene 25 – Istana Warga sekitar istana berlarian dan terjadilah banjir akibat badai itu.	
26.	Scene 26 – Istana Istana dan seluruh tempat disekitar terendam banjir dan terbentuk lah danau.	Narasi Konon, danau yang berwarna-warni itu diakibatkan oleh perhiasan putri.





c. *Storyboard*





*Storyboard* adalah gambaran konsep dari suatu perancangan cerita ke visual, dari awal hingga akhir cerita. Sehingga susunan cerita legenda Telaga Warna sudah bisa dibayangkan dari awal sampai akhir cerita.



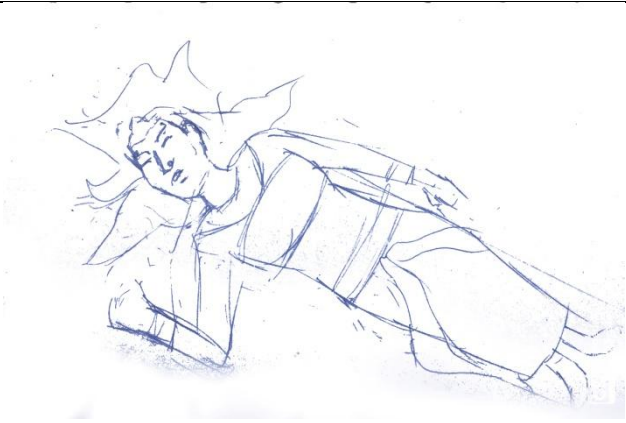

Dengan adanya *Storyboard* akan mempermudah proses pembuatan visual berupa aplikasi cerita interaktif, sehingga saat teknis pembuatan cerita interaktif legenda Telaga Warna sudah terbayangkan susunan setiap adegan cerita dalam bentuk visual.




Tabel III.3 *Storyboard*  
 Sumber : Dokumen Pribadi (2019)

No.	Visual	Keterangan
1.		<p><b>Lokasi</b>= taman bunga</p> <p><b>Adegan</b>= pemandangan taman dan terlihat seorang pria duduk di sisi taman bunga.</p>
2.		<p><b>Lokasi</b>= sisi taman bunga</p> <p><b>Adegan</b>= prabu Swarnalaya duduk termenung.</p>
3.		<p><b>Lokasi</b>= sisi taman bunga</p> <p><b>Adegan</b>= ratu Purbamanah melihat prabu Swarnalaya dari kejauhan.</p>





4.		<p><b>Lokasi=</b> Sisi taman bunga</p> <p><b>Adegan=</b> ratu Purbamanah berjalan mendekati prabu Swarnalaya.</p>
5.		<p><b>Lokasi=</b> sisi taman bunga</p> <p><b>Adegan=</b> ratu Purbamanah duduk disamping Prabu Swarnalaya.</p>
6.		<p><b>Lokasi=</b> sisi taman bunga</p> <p><b>Adegan=</b> rabu menjawab pertanyaan dari Ratu Purbamanah.</p>
7.		<p><b>Lokasi=</b> hutan</p> <p><b>Adegan=</b> prabu Swarnalaya berjalan sendiri di hutan.</p>



8.		<p><b>Lokasi=</b> gua  <b>Adegan=</b> prabu melakukan persemedian.</p>
9.		<p><b>Lokasi=</b> gua  <b>Adegan=</b> prabu membuka mata saat melakukan persemedian.</p>
10.		<p><b>Lokasi=</b> gua  <b>Adegan=</b> ayahanda menatap prabu Swarnalaya.</p>
11.		<p><b>Lokasi=</b> gua  <b>Adegan=</b> prabu terlihat murung dan menjelaskan semua masalahnya.</p>

12.		<p><b>Lokasi=</b> gua  <b>Adegan=</b> ayahanda menenangkan prabu Swarnalaya dan menyuruh prabu untuk mengakhiri semedinya.</p>
13.		<p><b>Lokasi=</b> hutan  <b>Adegan=</b> prabu Swarnalaya keluar dari gua sembari memikul baju yang dikenakan pada saat bersemedi di gua.</p>
14.		<p><b>Lokasi=</b> taman  <b>Adegan=</b> beberapa hari setelah prabu semedi, tiba-tiba ratu Purbamanah pingsan.</p>
15.		<p><b>Lokasi=</b> istana  <b>Adegan=</b> beberapa tahun kemudian, prabu menerima hadiah dari masyarakat istana.</p>

16.		<p><b>Lokasi</b>= istana  <b>Adegan</b>= putri          Gilang Rukmini terlihat senang akan hadiah yang diterimanya dari masyarakat sekitar istana.</p>
17.		<p><b>Lokasi</b>= istana  <b>Adegan</b>= putri berjalan mendekati perhiasan yang diberi oleh masyarakat istana.</p>
18.		<p><b>Lokasi</b>= istana  <b>Adegan</b>= putri terlihat bahagia saat membuka hadiah yang diberikan.</p>



19.		<p><b>Lokasi</b>= istana  <b>Adegan</b>= terlihat muka amarah putri saat membuka dan melihat isi kotak itu.</p>
20.		<p><b>Lokasi</b>= istana  <b>Adegan</b>= putri mengambil ancang-ancang untuk melempar kotak yang diberi.</p>
21.		<p><b>Lokasi</b>= istana  <b>Adegan</b>= putri membanting kotak hadiah itu ke lantai.</p>
22.		<p><b>Lokasi</b>= istana  <b>Adegan</b>= tiba-tiba terjadi petir dan hujan.</p>

23.		<p><b>Lokasi</b>= istana  <b>Adegan</b>= warga sekitar istana berlarian dan terjadilah banjir akibat badai itu.</p>
24.		<p>Lokasi= istana  Adegan= istana dan seluruh tempat disekitar terendam banjir dan terbentuklah danau.</p>

### III.2.7 Strategi Media

Responden mengatakan bahwa kurangnya mengetahui cerita legenda Telaga Warna, dan juga banyaknya versi cerita legenda Telaga Warna yang tersebar di internet sehingga susah untuk mencari cerita legenda mana yang memiliki cerita asli. Cerita legenda Telaga Warna juga pernah ditayangkan di televisi dengan beberapa penyesuaian akan tetapi hal tersebut bisa saja kurang diminati pada masyarakat. Karena cerita yang ditampilkan terlalu berlebihan. Konsep media visual juga monoton dan kurang mengikuti perkembangan zaman. Media yang digunakan untuk penyampaian cerita yang monoton mengakibatkan minat masyarakat untuk mengetahui sebuah cerita tersebut berkurang.

#### a. Media Utama

Dalam perancangan ini diperlukan konsep media yang tidak monoton dan mengikuti perkembangan zaman, media yang mengikuti perkembangan

zaman maka minat khalayak untuk mengetahui dari perancangan tersebut bisa meningkat.

Pada jurnal online menurut Albar, D (2015) dengan adanya media yang tidak monoton sehingga media cerita interaktif mampu membuat pengguna termotivasi untuk tetap menggunakan media cerita interaktif tanpa adanya sebuah paksaan yang bersifat eksternal (h.1).

#### b. Media Pendukung

Media pendukung yaitu konsep media yang membantu mempromosikan media utama agar bisa dapat perhatian oleh khalayak dan mudah dikenal.

- Media Promosi dan Informasi

- *Poster*

- Suatu media yang berisi informasi yang berbentuk kecil dari media utama yang memudahkan khalayak melihat gambaran dari media utama sehingga membuat khalayak mengerti apa yang ingin disampaikan oleh media tersebut tanpa membuat pertanyaan sendiri oleh khalayak akan media utama.

- *X-Banner*

- Media informasi mengenai media utama yang berbentuk besar dan panyanggah yang berbentuk X untuk membantu berdirinya *X-Banner* ini, kemudian tempat promosi media ini pada tempat yang banyak aktifitas lalu lalang.

- Promosi pada Sosial Media

- Media promosi juga bisa menginformasikan suatu media utama seperti menampilkan foto, ataupun *trailer* dari media utama agar informasi tersebut sampai kepada khalayak dan membuat khalayak tertarik untuk menggunakan media utama.

- *Merchandise*

- Kipas Angin Tangan

Pada acara kebudayaan akan membangun *stand* promosi untuk menginformasikan media utama kepada khalayak. Dalam *stand* tersebut akan menjual kipas angin Tangan dengan bentuk dari kipas angin tersebut adalah karakter pada legenda Telaga Warna. Bahan dari kipas angin tersebut adalah *Artpaper* untuk bagian kipasnya, sedangkan bagian tangkainya menggunakan bahan pvc plastik. Dengan harga kipas angin tersebut dibandrol seharga Rp.5000,-.

- *Augmented Reality Flash Card*

Kartu ini akan mengeluarkan visual karakter dalam bentuk 2D, karakter yang ditampilkan adalah karakter pada legenda Telaga Warna. Cara menampilkan karakter tersebut sangat mudah dengan memindai barcode yang tertera pada belakang kartu tersebut. Untuk harga kartu *Augmented Reality* ini dibandrol seharga Rp.140.000,-.

- Pin

Pada setiap acara kebudayaan dan *stand* yang ada pada acara tersebut akan menjual pin. Ilustrasi atau gambar pada pin adalah karakter legenda Telaga Warna. Harga pin ini dibandrol dengan harga Rp.5.000,-.

- Gantungan Kunci

Pada setiap *stand* akan menjual gantungan kunci. Ilustrasi yang digunakan pada gantungan kunci tersebut adalah karakter pada legenda Telaga Warna. Harga gantungan kunci ini sendiri dibandrol seharga Rp.5000,-.

- Kartu Karakter Legenda Telaga Warna dan *Barcode Wallpaper*

Pada setiap acara dan *stand* yang ada di tempat akan menjual kartu karakter legenda Telaga Warna dan pada kartu tersebut bisa menampilkan *wallpaper* karakter dan juga bisa diunduh. Untuk harga tersebut yaitu Rp.10.000,-.

- *Sticker*

Pada *stand* yang ada pada acara menjual *sticker* yang memiliki ilustrasi pada karakter legenda Telaga Warna. Harga *sticker* tersebut dibandrol seharga Rp.5000,-.

- *Tote Bag*

*Stand* yang ada pada acara juga menjual *Tote Bag*. Ilustrasi pada *Tote Bag* tersebut yaitu karakter legenda Telaga Warna yang dibandrol seharga Rp.90.000,-.

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

Diperlukannya kegiatan pendukung untuk mendukung sebuah promosi aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna untuk menarik perhatian khalayak sehingga khalayak melihat dan menggunakan aplikasi cerita interaktif tersebut. Kegiatan akan pendukung dengan mengadakan *stand* promosi pada saat *event* kebudayaan yaitu *event* Helaran yang dilaksanakan di Bogor pada setiap tanggal 30 Juni. Acara tersebut diadakan setiap tahun.

*Event* itu dipilih sebagai promosi media utama, karena legenda Telaga Warna dari Bogor, Jawa Barat maka lebih baik promosi dilakukan di Bogor. *Event* tersebut diikuti oleh bermacam kalangan dan usia. *Stand* yang dibangun untuk memberikan informasi dan promosi dari legenda Telaga Warna.

Tabel III.4 Tabel Dsitribusi Media Utama dan Media Pendukung  
 Sumber : Dokumen Pribadi (2019)

No.	Media	Februari			Maret			April			Mei			Juni			
1.	<i>Poster</i>	■	■	■													
2.	<i>X-Banner</i>		■	■	■												
3.	Sosial Media	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
4.	Kipas Angin Tangan			■	■	■	■										
5.	<i>Augmented Reality Flash Crad</i>		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
6.	Pin			■	■	■	■	■	■	■							
7.	Gantungan Kunci			■	■	■	■	■	■	■							
8.	Kartu Karakter					■	■	■	■	■	■	■					
9.	<i>Sticker</i>										■	■	■	■			
10.	<i>Tote bag</i>							■	■	■	■	■	■	■	■	■	

### III.3 Konsep Visual

Selain *storyboard* yang berperan penting untuk merancang aplikasi interaktif cerita legenda Telaga Warna adapun strategi lain agar perancangan ini menarik yaitu konsep visual. Konsep visual yang menarik, enak dipandang, serta cerita yang mudah dipahami. Maka diperlukanlah konsep visual berupa *layout*, tipografi, ilustrasi dan warna.

#### III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan untuk membuat aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna menggunakan format ukuran layar 1280 x 760px, dengan *frames/second* 25. Format tersebut adalah ukuran layar laptop rata-rata yang digunakan oleh masyarakat.

#### III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

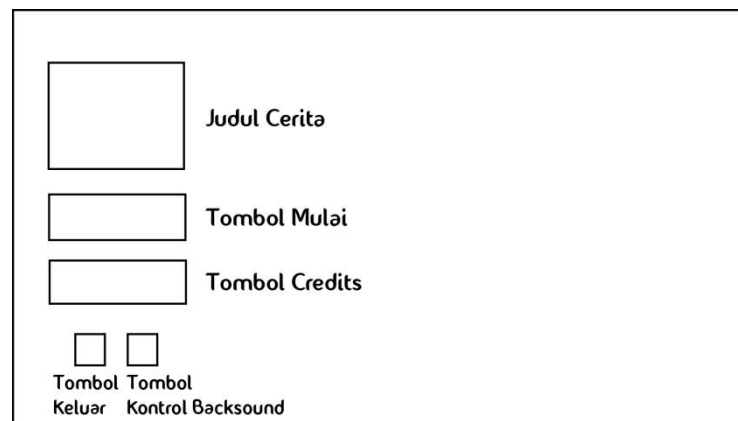
*Layout* merupakan bagian penting dalam mempermudah khalayak untuk menggunakan aplikasi cerita legenda Telaga Warna ini, agar terlihat tertata dan efektif sehingga khalayak lebih mudah memahami alur cerita tersebut. Menurut

Angraeni S & Nathalia (2018) *layout* merupakan ilmu yang mempelajari penataan ruang, bentuk, dan bidang (h.74). Pada kutipan tersebut dalam perancangan informasi ini pada setiap aplikasi pada umumnya dengan penempatan narasi, *button* yang tepat agar pengguna bisa menggunakan aplikasi tersebut tanpa adanya kendala. Dalam sebuah aplikasi *layout* harus disusun agar terlihat rapih dan menarik. Sehingga pengguna tidak cepat merasakan bosan.



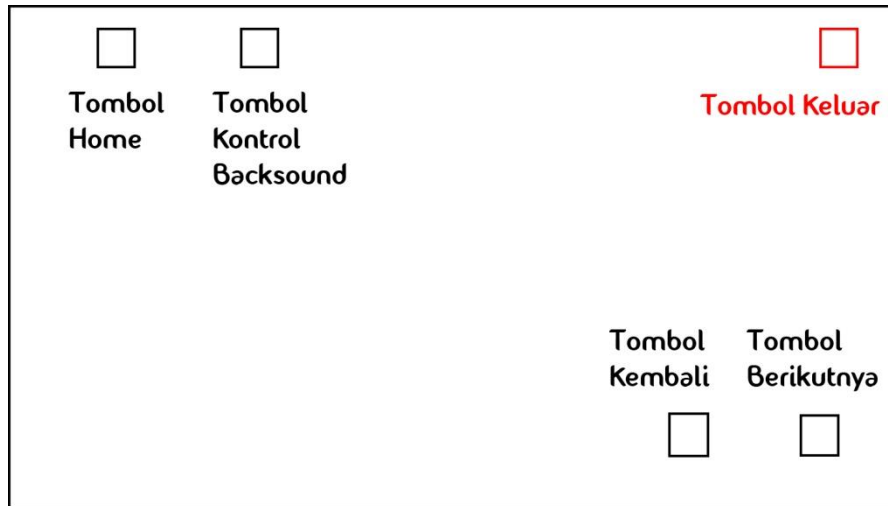
Gambar III.2 Logo Studio Aplikasi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Logo studio aplikasi ditampilkan pada awal aplikasi dimulai, Dengan *background* polos agar logo lebih terlihat jelas.



Gambar III.3 Halaman Awal  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Tampilan awal aplikasi media interaktif cerita legenda Telaga Warna dibuat sederhana agar *button* bisa sesuai dengan *style* gambar/visual.



Gambar III.4 Gambar *Button*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

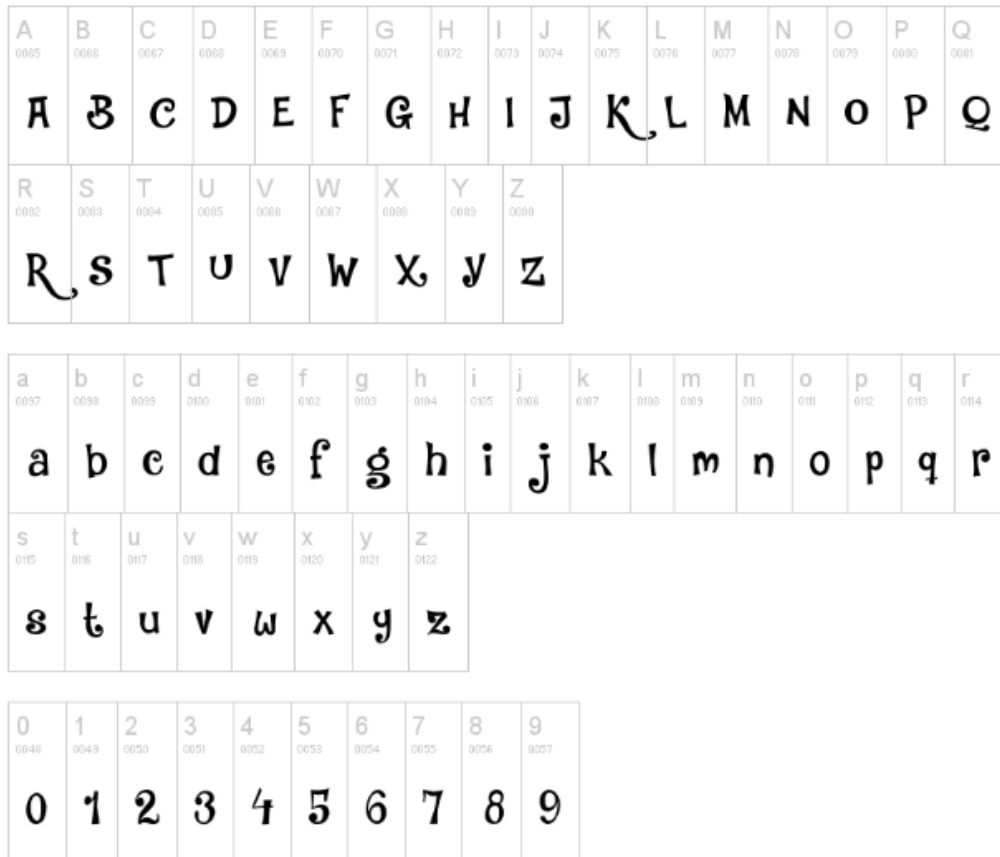
Layout tampilan *button* terlihat jelas dan tidak mengganggu ilustrasi gambar sehingga ilustrasi bisa dilihat dengan jelas.

### III.3.3 Tipografi

Pada dasarnya tipografi mempunyai peran untuk membantu penyampaian pesan dari perancangan suatu media, berupa sebuah tulisan yang memperjelas maksud dari visual tersebut. Menurut Angraeni S & Nathalia (2018) tipografi merupakan ilmu penataan huruf (h.51). Maka tipografi yang digunakan dalam perancangan media tersebut adalah sebagai judul dari cerita tersebut, yang menggunakan jenis huruf yang memiliki sifat tidak kaku dan berkarakter kartun. Selain itu untuk *bodytext* pada dialog, narasi, dan subjudul menggunakan teks yang juga tidak kaku dan mudah untuk dibaca. Berikut penjelasan mengenai jenis dan nama *font* yang digunakan dalam media tersebut.



a. Dk Jambo



Gambar III.5 *Font* Judul Aplikasi Cerita Interaktif  
 Sumber: <https://www.dafont.com/dk-jambo.font>  
 (Diakses pada 10/07/2019)

*Font* diatas dipilih karena cocok untuk judul legenda Telaga Warna, karena *font* yang tidak kaku dan mudah dibaca. Dengan *font* yang tidak kaku akan membuat pengguna membaca judul tersebut menjadi ingin memainkan aplikasi tersebut. *Font* ini bernuansa kartun jadi cocok untuk aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna yang dimana *style* visual yang ditampilkan yaitu kartun. *Font* ini hanya bisa digunakan untuk keperluan personal bukan digunakan untuk komersial. *Font* ini dibuat oleh Hanoded, diupload di dafont pada tahun 2014.

## b. Fontastique



Gambar III.6 Font Sub Judul Aplikasi Cerita Interaktif

Sumber: <https://www.dafont.com/fontastique.font>

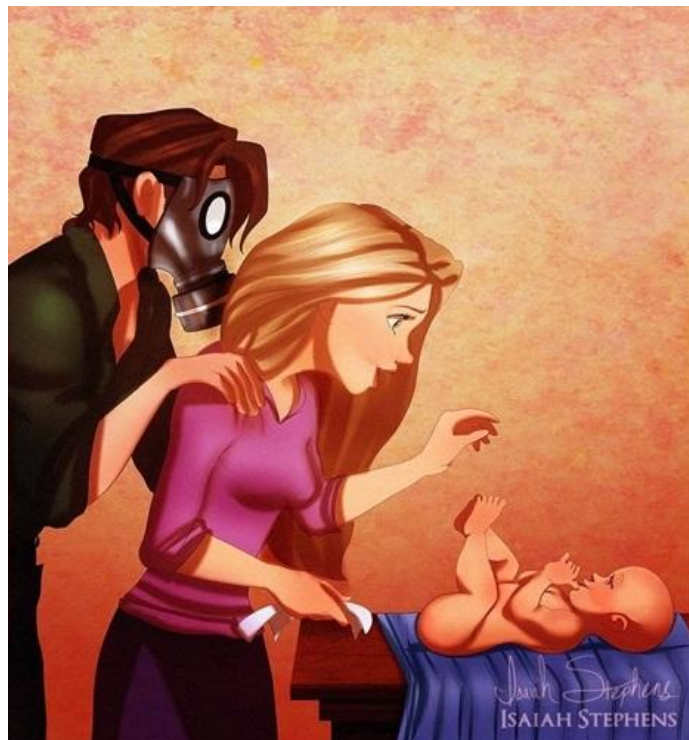
(Diakses pada 10/07/2019)

Font di atas cocok untuk digunakan sub judul pada legenda Telaga Warna. Font tersebut terlihat tidak kaku dan terlihat *playing* cocok untuk sub judul pada aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna. Font ini juga dipakai untuk *bodytext* pada teks narasi di aplikasi tersebut, font ini dipilih sebagai *body text* karena sans serif. Sans serif lebih cocok dipakai sebagai *body text* narasi dan teksnya mudah untuk dibaca pada aplikasi tersebut. Font ini di-*upload* pada tahun 2011 oleh Benoît Sjöholm di *website* dafont.

### III.3.4 Ilustrasi

Pada proses perancangan media informasi ilustrasi merupakan bagian terpenting. Karena hal tersebut akan dibuat sebuah aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna karena diperlukan visual yang menarik agar menarik khalayak.

Pada ilustrasi legenda Telaga Warna memiliki acuan dari tokoh dan suasana tempat legenda pada zaman dahulu. Gaya visual yang digunakan adalah sesuai dengan diagram minat visual yang dibutuhkan oleh responden. Gaya visual kartun sangat disukai responden, karena terlihat *simple*. Berikut adalah referensi gambar visual yang digunakan.



Gambar III.7 Referensi Gaya Ilustrasi



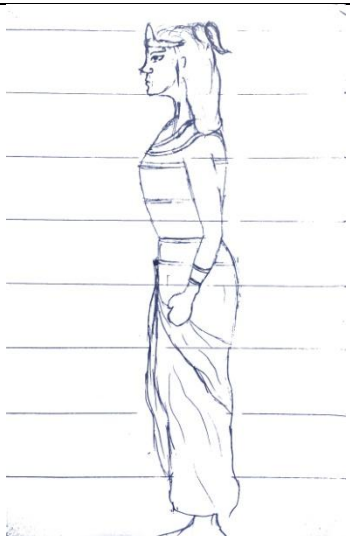
Sumber: <https://cdn.brilio.net/news/2016/07/24/86600/388011-putri-disney-jadi-ibu.jpg>  
(Diakses pada 10/07/2019)

Gaya visual tersebut dibuat oleh Isaiah Stephens. Referensi tersebut dipilih sebagai gaya ilustrasi/visual yang *simple* dan efek cahaya yang bagus dan sederhana.

**a. Studi Karakter**

Studi karakter ini berfungsi untuk menganalisa tokoh pada legenda Telaga Warna, baik itu dari postur tubuh, pakaian hingga fisik dari tokoh itu. Studi karakter ini diperoleh dari ilustrasi pada media yang pernah dibuat, berfungsi sebagai pegangan atau acuan penggambaran tokoh tersebut.

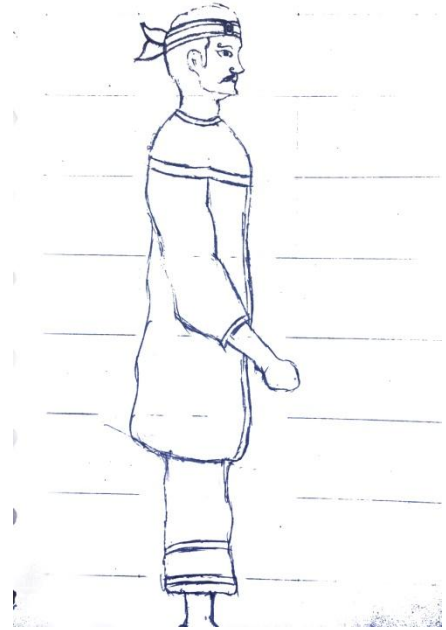
Tabel III.5 Studi Karakter  
 Sumber : Dokumen Pribadi (2019)

No.	Referensi	Hasil
1.	 <p data-bbox="512 1301 823 1406">Sumber buku Legenda Telaga Warna karangan Yuliadi Soekardi</p>	
		

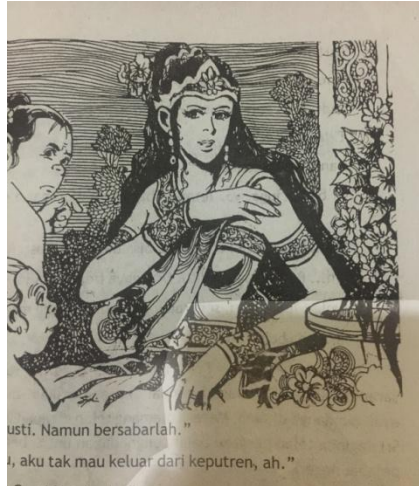
2.



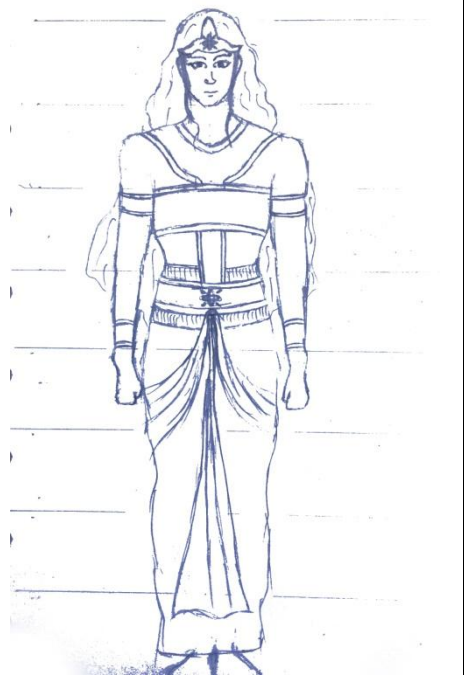
Sumber buku Legenda  
Telaga Warna karangan  
Yuliadi Soekardi



3.













Sumber buku Legenda Telaga  
Warna karangan Yuliadi  
Soekardi



### III.3.5 Warna Skema

Menurut Hendratman (2015) Warna merupakan elemen visual pada sebuah desain yang menimbulkan efek/kesan *mood* dan menyampaikan pesan tertentu pada seseorang (h.121). Sehingga warna merupakan bagian yang penting untuk membangun sebuah desain visual agar suatu pesan pada desain visual tersebut tersampaikan.

	C : 0% R : 254 M : 25% G : 197 Y : 60% B : 120 K : 0% # fec578		C : 15% R : 201 M : 91% G : 56 Y : 100% B : 3 K : 5% # c93803
	C : 0% R : 252 M : 29% G : 188 Y : 75% B : 90 K : 0% # fc5c5a		C : 65% R : 102 M : 6% G : 178 Y : 100% B : 30 K : 0% # 66b21e
	C : 42% R : 132 M : 52% G : 93 Y : 58% B : 88 K : 41% # 845d58		C : 82% R : 26 M : 54% G : 53 Y : 71% B : 44 K : 62% # 1a352c
	C : 38% R : 162 M : 36% G : 153 Y : 41% B : 144 K : 1% # a29990		C : 74% R : 44 M : 52% G : 62 Y : 74% B : 48 K : 55% # 2c3e30
	C : 0% R : 254 M : 55% G : 139 Y : 100% B : 14 K : 0% # fe8b0e		C : 46% R : 149 M : 78% G : 86 Y : 17% B : 141 K : 1% # 95568d

Gambar III.8 Warna Yang Digunakan  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada gambar diatas terdapat warna-warna yang digunakan untuk merancangan sebuah media informasi aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna, juga kode warna yang digunakan. Menurut Bayu Gilang (2019) dalam situs [nawadwipa.co.id](http://nawadwipa.co.id), CMYK merupakan singkatan dari *Cyan-Magenta-Yellow-Black*, yang umum digunakan pada percetakan warna. Sedangkan RGB singkatan dari *Red-Green-Blue* merupakan *output device* seperti *display* monitor. Jadi, kode tersebut dipaparkan untuk memberi tahu warna yang digunakan pada perancangan ini.

#### **a. Orange**

Pada situs [goodminds.id](http://goodminds.id), warna orange merupakan kombinasi warna merah dan kuning, warna orange memberikan kesan hangat dan bersemangat, serta merupakan simbol dari petualangan, optimisme, juga merupakan warna ketenangan yang berkaitan dengan kehangatan suatu hubungan. Warna orange merupakan warna dari gabungan antara warna orange dan kuning. Warna orange menimbulkan kesan hangat, bersemangat, serta simbol dari petualangan, optimisme, juga merupakan simbol ketenangan yang berkaitan dengan kehangatan suatu hubungan.

Warna yang digunakan pada ilustrasi aplikasi cerita interaktif ini bersifat hangat, yang dimana hangat yang ditimbulkan dari keluarga kerajaan, seperti sifat prabu yang baik kepada masyarakat, kebaikan ratu Purbamanah kepada prabu Swarnalaya.

#### **b. Hijau**

Pada situs [goodminds.id](http://goodminds.id), warna hijau identik dengan alam dan menimbulkan suasana santai. Dalam pandangan psikologis warna hijau mampu membantu seseorang dalam kondisi tertekan untuk mampu menyeimbangkan emosi.

seperti pada saat prabu melamun sambil duduk di taman istana terlihat prabu dalam kondisi tertekan sehingga prabu menceritakan apa yang membuat prabu tertekan kepada ratu Purbamanah.

#### **c. Coklat**

Menurut situs [goodminds.id](http://goodminds.id), warna coklat menimbulkan kesan mahal karena kedekatannya pada warna emas.

warna coklat juga merupakan warna yang ada pada pakaian adat Jawa Barat.

#### **d. Ungu**

Menurut situs [goodminds.id](http://goodminds.id), warna ungu disebut sebagai warna mewah, keagungan, dan warna tersebut berkaitan dengan nuansa kerajaan. Warna ungu



juga memberikan penggambaran akan sesuatu yang bersifat kesenangan dan kemewahan hidup.

Jadi pada warna kain ungu yang ada di tubuh putri Gilang Rumini merupakan warna yang bisa menggambarkan bahwa karakter tokoh tersebut memiliki sifat kesenangan dan kemewahan hidup.

#### **e. Merah**

Menurut situs *goodminds*, warna merah memberikan gairah untuk menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Dalam psikologis warna merah memberikan arti sebuah keberanian, kekuatan dan juga gairah untuk melakukan tindakan. Warna merah identik dengan kekerasan. Sehingga warna merah pada pakaian baju putri Gilang Rukmini memberikan gambaran bahwa tokoh tersebut berani, kekuatan, juga kekerasan, sehingga putri Gilang Rukmini membanting dan membuang sebuah peti yang diberikan masyarakat yang berisikan perhiasan sehingga terjadi sebuah danau itu.

### **III.3.6 Audio**

Audio adalah unsur yang penting agar aplikasi cerita interaktif lebih bersinteraksi dengan pengguna, hingga menambahkan rasa pengalaman ketika menggunakan aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna. Seperti suara pada tombol, *back sound*.

#### **III.3.6.1 Musik**

*Backsound* pada aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna ini menggunakan *backsound* dengan suara tradisional seperti pada suara suling. Dengan setiap *scene* juga terdapat narasi suara agar pesan visual yang digambarkan bisa dipahami oleh penggunanya. Musik *backsound* pada aplikasi tersebut diunduh pada situs [youtube.com](https://www.youtube.com/channel/UC...) pada *channel* ENG MUSIC.

### III.3.6.2 Efek Suara

Pada aplikasi cerita interaktif legenda Telaga Warna ini juga menggunakan efek suara seperti suara tombol dan suara suasana pada *scene* dalam cerita tersebut seperti suara hujan, dan petir. Untuk efek suara tombol pada aplikasi tersebut menggunakan suara dari situs SoundBible.com oleh Mike Koenig, dimana suara tersebut bisa digunakan untuk akademis.

Tabel III.6 Efek Suara Tombol  
Sumber : Dokumen Pribadi (2019)

No.	Judul	Pembuat	Kebutuhan
1.	<i>Thunder Sound FX Sound</i>	Grant Evans	Efek suara pada saat tombol awan diklik sehingga terdengar suara petir.
2.	<i>Thunder Strike 3 Sound</i>	Mike Koenig	Efek suara pada saat warga sekitar istana berlarian karena hujan badai.
3.	<i>Button Sounds</i>	Mike Koenig	Efek suara pada saat tombol aplikasi bersentuhan dengan <i>cursor (mouseover)</i> .
4	<i>Button Click On Sound</i>	Mike Koenig	Efek suara pada saat tombol aplikasi diklik.