

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah sejumlah orang yang sikap dan perilakunya akan diubah. Khalayak sasaran sebagai salah satu penentu dalam perancangan media, agar dapat disesuaikan dengan tepat karena khalayak sasaran juga memberi pengaruh pada pembuatan media. Dalam perancangan ini, khalayak sasaran ditentukan berdasarkan demografis, geografis, psikografis, *consumer journey* serta *consumer insight*.

a. Demografis

Demografis berasal dari kata demos yang artinya rakyat atau penduduk, dan prahien yang berarti gambaran. Demografis yaitu ilmu yang mempelajari mengenai gambaran tentang penduduk pada suatu wilayah. Dalam perancangan ini demografis yang digunakan, ditujukan kepada:

- Usia : 18-25 tahun
Pemilihan usia untuk khalayak sasaran yaitu berusia 18-25 tahun, karena pada usia tersebut sudah mempersiapkan diri memiliki anak atau mungkin sedang dalam masa kandungan anak pertama.
- Jenis Kelamin : Perempuan
Khalayak sasaran ditujukan kepada pasangan khususnya ibu hamil yang memiliki ketertarikan pada bidang kesehatan dan kehamilan.
- Pendidikan : Sekolah Menengah Atas dan Universitas
Khalayak sasaran ditujukan kepada perempuan dengan pendidikan rata-rata SMA atau Universitas Strata 1 karena sudah memiliki pengetahuan dan wawasan lebih tinggi.
- Pekerjaan : Semua jenis pekerjaan
Pemilihan khalayak sasaran ditujukan kepada semua pasangan suami istri dengan jenis pekerjaan apapun dan sudah memiliki penghasilan.
- Status Ekonomi : Menengah dan Menengah – Atas
Khalayak sasaran ditujukan kepada pasangan dengan status ekonomi menengah hingga menengah atas.

b. Geografis

Geografis yaitu ilmu yang berhubungan dengan wilayah seperti, kota besar, pedesaan, regional, nasional dan internasional. Pemilihan khalayak sasaran berdasarkan geografis ditujukan kepada pasangan yang tinggal di kota-kota besar Indonesia, sehingga penyebaran media dapat langsung tersampaikan.

c. Psikografis

Psikografis memiliki sangkut paut dengan gaya hidup dan juga ciri kepribadian tertentu. Pemilihan khalayak sasaran menurut psikografis ditujukan kepada pasangan yang baru menikah atau pasangan yang menikah muda. Pada usia 18-25 tahun, banyak pasangan muda yang lahir pada tahun 1994 hingga tahun 2000, dimana anak yang lahir pada tahun tersebut disebut sebagai generasi milenial. Generasi milenial adalah anak yang lahir antara tahun 1981 sampai tahun 2000, dan lebih dari setengah generasi milenial telah berstatus kawin. Sebagian besar adalah perempuan dengan presentase 63,97% dengan rentan usia 15-49, dimana masa reproduksi perempuan dianggap subur” (Budiati dkk, 2018, h.16-31).

Generasi milenial dikenal dengan generasi Y yang lebih memilih membaca lewat *smartphone* dari pada buku, sehingga muncul sebuah istilah ibu milenial. Kehidupan ibu milenial tidak jauh dari teknologi, dan memiliki gaya hidup terbuka dalam menerima informasi dan teknologi yang sedang berkembang. Maka psikografis khalayak sasarannya yaitu ibu hamil yang terbuka dan memiliki ketertarikan mengenai pengetahuan dan sedang mempersiapkan diri untuk menghadapi persalinan. Aktif bersosialisasi dalam lingkungan, baik dunia nyata maupun dunia maya atau media sosial.

d. *Consumer Insight*

Consumer Insight adalah perasaan dan keinginan konsumen yang mengarah pada tingkah laku. Khalayak sasaran menurut *consumer insight* ditujukan kepada pasangan muda, khususnya ibu hamil atau calon ibu. Maka *consumer insight* khalayak sasarannya yaitu ibu hamil yang menginginkan persalinan yang nyaman, tidak merasakan sakit, proses persalinan cepat, dan juga praktis.

e. *Consumer Journey*

Kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh khalayak sasaran terhadap suatu benda yang dijumpai dimulai dari bangun tidur hingga tidur lagi disebut *consumer journey*. Berikut adalah hasil aktifitas dari ibu hamil usia 18-25 tahun.

Tabel III.1 *Consumer journey* ibu hamil usia 18-25 tahun 2019
Sumber: Dokumen pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	Kontak Media
05.00-06.00	Bangun tidur, mandi, sholat, cek <i>handphone</i> .	Bantal, jam, peralatan mandi, peralatan sholat, <i>handphone</i> .
06.00-07.00	Mempersiapkan diri, masak, sarapan.	Peralatan <i>makeup</i> , pakaian, peralatan masak, meja makan, peralatan makanan.
07.00-07.30	Cek <i>handphone</i> , minum susu ibu hamil dan vitamin.	<i>Handphone</i> , gelas, box susu, box obat-obatan.
08.00-10.30	Cek <i>handphone</i> , menonton televisi, bersantai, internet, <i>update</i> media sosial.	Televisi, <i>handphone</i> , kursi, bantal.
10.30-11.30	Mempersiapkan makan siang, makan siang, minum susu hamil.	Peralatan masak, meja makan, peralatan makanan, gelas, box susu.
12.30-13.00	Sholat, bersiap-siap untuk kontrol ke Rumah Sakit.	Sholat, alat <i>makeup</i> .
13.00-13.30	Berangkat ke Rumah Sakit.	Kunci kendaraan, kendaraan pribadi, tas, baliho, <i>billboard</i> .
13.30-14.00	Periksa kandungan di Rumah Sakit.	Poster, brosur, x-banner.

14.00-14.30	Perjalanan pulang.	Kunci kendaraan, kendaraan pribadi, tas, baliho, <i>billboard</i> .
14.30-16.00	Istirahat, tidur siang.	Bantal, guling, selimut.
16.00-17.00	Mandi, sholat.	Perlitan mandi, perlitan <i>makeup</i> , pakaian, perlitan sholat.
17.00-18.00	Bersantai, cek <i>handphone</i> , menonton televisi.	Kursi, bantal, <i>handphone</i> , televisi.
18.00-19.00	Sholat, mempersiapkan makan malam.	Peralatan sholat, peralatan masak.
19.00-19.30	Makan malam.	Peralatan makan.
19.30-20.00	Bersantai, cek <i>handphone</i> .	Kursi, bantal, <i>handphone</i> .
20.00-05.00	Tidur.	Kasur, bantal, guling, selimut.

Dari *consumer journey* diperoleh tempat dan benda yang sering dijumpai oleh ibu hamil. Tempat meliputi rumah, rumah sakit, sedangkan benda yaitu, bantal, jam, peralatan *makeup*, peralatan makan, gelas, box obat atau vitamin, kunci kendaraan, tas, *handphone*, internet atau media sosial, poster, *billboard* dan baliho. Benda yang dijumpai, memungkinkan untuk dijadikan media promosi.

III.2. Strategi Perancangan

Media informasi mengenai senam kegel bagi ibu hamil akan dibuat menjadi sebuah media interaktif aplikasi. Aplikasi yang dibuat sebagai tutorial atau tata cara senam kegel secara mandiri, karena arahan akan dibuat dalam aplikasi tersebut dengan sederhana. Informasi yang disampaikan dalam perancangan aplikasi adalah manfaat senam kegel bagi ibu hamil, tata cara melakukan, dan juga tips serta larangan dalam melakukan senam kegel. Materi akan disampaikan dengan menggunakan visual dan penjelasan secara singkat agar lebih mudah dipahami. Aplikasi dapat mempengaruhi khalayak karena kemudahan dalam menggunakan dan

meningkatkan keefektifan dalam melakukan senam kegel. Dengan menyisipkan kemudahan bagi ibu hamil diharapkan ibu hamil memahami dan melakukan senam kegel dalam masa kehamilan.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam pembuatan media ini adalah menciptakan kesadaran serta menginformasikan manfaat dan tata cara senam kegel yang benar. Dengan harapan ibu hamil mendapatkan perawatan kesehatan, dan mengurangi resiko yang akan terjadi selama masa kehamilan. Selain itu mengajak ibu hamil melakukan senam kegel sebagai olahraga ringan yang dapat dilakukan secara mandiri.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Terdapat pilihan strategi kreatif dalam menentukan pendekatan komunikasi dalam sebuah perancangan media. Syahril (2019) berpendapat “pendekatan komunikasi yaitu usaha kreatif untuk mendorong khalayak ke dalam bentuk aktivitas untuk mempengaruhi sikap terhadap produk atau jasa. Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan informasi senam kegel ini memberikan informasi dengan konsep pendekatan verbal, dan pendekatan visual.

a. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan dalam perancangan ini yaitu penggunaan bahasa Indonesia, agar ibu hamil lebih dapat memahami informasi yang diberikan. Bahasa Indonesia yang digunakan adalah untuk pemanggilan ibu dengan sebutan “Bunda” atau “Bun”. Bunda adalah sebutan lain dari ibu yang sering digunakan oleh dokter atau bidan bahkan penggunaan pada nama rumah sakit. Maka, penggunaan sebutan bunda dirasa cukup tepat pada perancangan ini.

b. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan yaitu ilustrasi yang mempermudah khalayak sasaran utama yaitu ibu hamil berusia 18-25 tahun. Objek visual yang ditampilkan menggunakan simbol kesehatan atau berhubungan dengan olahraga senam. Selain itu adanya visual sederhana mengenai anatomi daerah

panggul sebagai penjelasan dalam tata cara. Ilustrasi yang dipilih yaitu mengacu pada ilustrasi dari Brandon Lan yang berasal dari Amerika.



Gambar III.1 Referensi ilustrasi
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/386042999298416515/>
(Diakses pada 05/04/2019)

Gaya ilustrasi ini dipilih karena ilustrasi ini sederhana, tidak terlalu realis sehingga pada saat penyampaian informasi tetap akan terlihat jelas dan menarik. Karakter manusia digunakan sebagai perwakilan dari ibu hamil yang bertujuan untuk menarik perhatian dari khalayak sasaran.

III.2.3. *Mandatory*

Mandatory adalah sebuah perusahaan atau lembaga yang memberikan mandat. Berdasarkan perancangan sesuai dengan media yang akan dibuat maka *mandatory* yang digunakan adalah Google Play, dan Shopee. Google Play adalah tempat untuk mendistribusikan media utama baik di Android, dan Google Play dikelola oleh Google



Gambar III.2 Logo Google Play
Sumber: https://www.nicepng.com/ourpic/u2q8w7w7e6t4t4q8_apple-app-store-and-google-play-logos-app/
(Diakses pada 05/05/2019)

Sedangkan Shopee dipilih sebagai tempat untuk menjual *merchandise* dari perancangan ini. Shopee memiliki kelebihan dalam segi pembayaran yaitu

ShopeePay, dimana pembeli dapat menyimpan uang untuk membayar dan juga keamanan dana saat pembeli membayar dana yang dibayar akan disimpan di rekening milik Shopee. Dana yang dibayarkan akan diberikan kepada penjual ketika barang sudah diterima oleh pembeli. Selain itu terdapat gratis ongkos kirim bagi pembeli dengan minimal pembelian Rp 90.000. Hal tersebut akan menarik khalayak untuk membeli dengan adanya gratis ongkos kirim.



Gambar III.3 Logo Shopee

Sumber: <https://mustofacollection.com/shopee-logo-min/>
(Diakses pada 06/05/2019)

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan dalam perancangan ini yaitu memberikan informasi dan manfaat mengenai senam kegel bagi ibu hamil dalam masa kehamilan. Kemudian memberikan petunjuk atau tata cara melakukan senam kegel secara sederhana, agar ibu hamil dapat melakukan senam kegel dalam kegiatan sehari-hari.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan ini yaitu eksposisi dan deskriptif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2018) eksposisi adalah menguraikan atau memaparkan yang bertujuan untuk menjelaskan informasi, sedangkan deskripsi adalah bentuk tulisan yang memberikan informasi secara terperinci. Eksposisi digunakan sebagai penguraian informasi agar khalayak sasaran mampu dan mudah memahami dengan apa yang akan disampaikan. Sedangkan untuk menjelaskan tata cara menggunakan deskripsi agar hal yang disampaikan terperinci dan sesuai dengan yang dianjurkan. Kemudian disisipkan sedikit kalimat persuasif pada perancangan sebagai slogan.

III.2.6. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan dalam perancangan ini yaitu memberikan informasi dan edukasi bagi khalayak sasaran, dengan berupa aplikasi yang membantu ibu

hamil untuk melakukan senam kegel sebagai olahraga atau persiapan fisik dalam masa kehamilan. Aplikasi didukung dengan adanya ilustrasi atau visual tata cara, dan penjelasan mengenai pengenalan otot yang digunakan selama senam kegel. Hal tersebut dapat membantu ibu hamil mengetahui aturan yang benar dalam melakukan senam kegel. Adapun tahapan yang termasuk dalam strategi kreatif yaitu:

a. *Copywriting*

Adanya *copywriting* membantu pesan dari perancangan dapat tersampaikan dengan tepat.

- Nama produk

Nama yang dipilih untuk produk dalam perancangan ini adalah “Kexercise” yaitu singkatan dari Kegel Exercise. Kegel adalah nama dari senam kegel sebagai nama yang sudah sering digunakan. Sedangkan *exercise* memiliki arti latihan, makna dari kata tersebut yaitu adalah latihan senam kegel. Berdasarkan penjelasan tersebut nama “Kexercise” dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mempelajari senam kegel.

- Kalimat pendukung

Kalimat pendukung terdapat pada halaman isi bagian beranda aplikasi yaitu “Lakukan Kegel Dimanapun, Kapanpun!” dipergunakan sebagai slogan dari aplikasi sebagai kalimat deskripsi yang juga mempersuasi khalayak. Maksud dari slogan yang digunakan yaitu memberikan motivasi terhadap khalayak bahwa senam kegel dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

III.2.7. Strategi Media

Agar informasi tersampaikan kepada khalayak sasaran diperlukan adanya sebuah media sebagai bentuk penyaluran informasi tersebut. Cagara dalam Ramdani (2018) strategi media merupakan salah satu hal cara yang dilakukan dalam sebuah perancangan demi mewujudkan tujuan penyampaian informasi kepada khalayak sasaran. Dalam perancangan ini media yang dibuat yaitu media utama dan media pendukung.

a. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah aplikasi yang akan berguna sebagai media informasi dan edukasi untuk mempelajari tata cara melakukan senam kegel yang benar. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2018) aplikasi adalah program komputer atau perangkat lunak yang di desain untuk mengerjakan tugas tertentu. Aplikasi yang dibuat berisi informasi mengenai senam kegel dan tata cara melakukan senam kegel secara sederhana, dengan menggunakan visual ibu hamil yang sedang melakukan senam. Aplikasi dapat diunduh di Google Play secara gratis. Aplikasi dipilih sebagai media utama, karena sesuai dengan kontak media yang sering ditemui oleh ibu hamil pada tabel *consumer journey*. Berikut merupakan alur dan isi aplikasi:

- Konten

Berikut merupakan konten yang terdapat pada aplikasi, yaitu :

- Halaman *loading*

Halaman pertama sebelum masuk ke halaman *opening*.

- Halaman *opening*

Merupakan halaman pengantar sebelum masuk ke halaman utama.

- Halaman masuk

Merupakan halaman untuk membuat akun dan masuk menggunakan akun.

- Halaman beranda

Berisi pilihan menu pengertian, tutorial, forum, dan pengaturan.

- Halaman pengertian senam kegel

Berisi informasi mengenai senam kegel.

- Halaman tutorial

Berisi pilihan menu latihan dasar, latihan *advance*, tips dan trik.

- Halaman forum

Merupakan halaman yang berisi kolom diskusi.

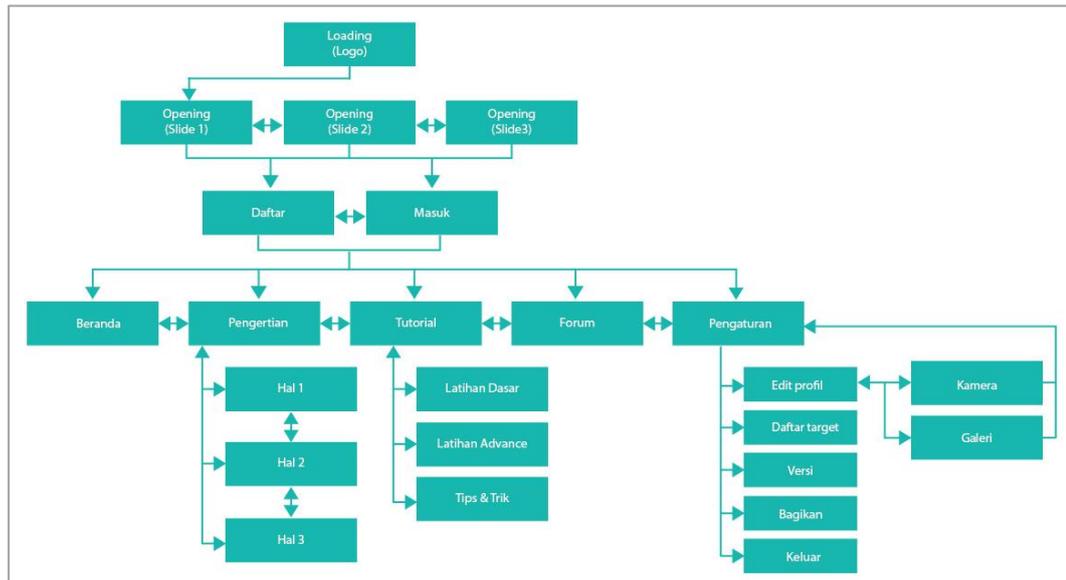
- Halaman pengaturan

Berisi pilihan menu daftar target, versi, bagikan, dan keluar.

- Sistem Navigasi

Sebuah aplikasi tentunya memiliki sistem navigasi sebagai acuan interaktif bagi pengguna. Sistem navigasi dari perancangan ini dibuat agar setiap

halaman dapat saling terhubung satu sama lain. Mulai dari halaman utama hingga pengaturan.



Gambar III.4 Sistem Navigasi
Sumber: Data Pribadi (2019)

b. Media Pendukung

Media pendukung merupakan media atau perantara yang dapat membantu media utama tersampaikan dengan baik dan sebagai media yang bersifat menunjang atau melengkapi. Media pendukung yang digunakan dalam perancangan ini yaitu:

- Poster promosi

Poster yang dipilih sebagai media pendukung dalam mempromosikan aplikasi kepada khalayak. Poster adalah salah satu media informasi dan persuasi yang banyak digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan melalui bahasa visual dan tekstualnya (Wantoro, 2012, h.58). Poster dibuat dengan dua jenis yaitu poster cetak dan digital. Poster cetak berisi tentang informasi peluncuran aplikasi dan juga tata cara mengunduh aplikasi, ditempelkan diberbagai tempat umum seperti klinik kesehatan atau praktik bidan. Pemilihan tempat praktik bidan dianggap menjadi pilihan yang tepat karena banyak khalayak sasaran yang akan memeriksakan kandungan secara rutin kepada bidan. Untuk poster akan dibagikan dimedia sosial Facebook, karena

penyampaianya yang efektif dan efisien dapat mempromosikan media utama dengan baik.

- *X-banner*

X-banner merupakan media yang sangat banyak digunakan dalam sebuah promosi produk atau jasa, karena keefektifannya dan pembuatannya yang cukup murah. *X-banner* akan dipasangkan di tempat praktik bidan dan rumah sakit.

- Brosur

Brosur merupakan beberapa lipatan kertas berisi informasi yang terdiri dari barisan kata dan gambar. Brosur dibuat berbentuk *rounded rectangle* dan dilipat 4.

- Konten Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat. Selain banyak digunakan, Instagram memiliki fitur lebih lengkap seperti adanya *feed*, dan hal tersebut akan dimanfaatkan sebagai media promosi. Konten Instagram dibuat karena bersifat umum sehingga masyarakat dapat melihat isi dari konten Instagram dan tidak memerlukan biaya yang besar.

- *Banner* iklan digital

Selain Instagram, ada sebuah situs yang sedang digandrungi masyarakat banyak yaitu Youtube. Melihat banyaknya masyarakat yang menggunakan situs Youtube, hal tersebut menjadi peluang untuk mempromosikan aplikasi melalui sebuah *banner channel* seorang Youtuber.

- *Maternity pillow*

Maternity pillow adalah bantal yang dapat digunakan ibu hamil saat tidur. Fungsi dari bantal kehamilan adalah menopang tubuh ketika berbaring miring. Bantal kehamilan dipilih sebagai salah satu *merchandise* yang dapat dibeli secara *online* di Shopee dengan harga Rp 100.000.

- Totebag

Totebag adalah salah satu *merchandise* yang banyak dipakai sebagai media promosi. Baik secara bentuk maupun fungsi totebag akan berguna bagi siapa

saja, karena sederhana namun tetap trendi. Totebag dapat dibeli secara *online* di Shopee dengan harga Rp 40.000.

- Kalender duduk

Jenis kalender yang dipilih adalah kalender meja dan terdapat *note* untuk menulis catatan, dengan ukuran sedang dan dapat diletakkan di atas meja kerja atau meja ruang keluarga. Kalender dijadikan sebagai salah satu *merchandise* dapat dibeli secara *online* di Shopee dengan harga Rp 30.000.

- Botol minum

Botol minum akan berguna bagi ibu hamil ketika selesai melakukan senam kegel, atau dapat berguna sebagai wadah susu ibu hamil dan dapat dibawa kemanapun. Botol dapat dibeli secara *online* di Shopee dengan harga Rp 25.000.

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pendistribusian akan melibatkan pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian, seperti klinik, praktik bidan atau rumah sakit. Strategi distribusi dimulai dengan pembagian media utama dan beberapa media pendukung melalui tempat praktik bidan. Pendistribusian dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan yaitu pada bulan November 2019 hingga Januari 2019, karena media baru akan diluncurkan pada bulan November 2019. Pada bulan November poster dan konten Instagram akan disebar sebagai informasi mengenai peluncuran aplikasi senam kegel. Peluncuran media utama dilakukan pada bulan November karena tepat pada tanggal 12 November adalah Hari Kesehatan Nasional.

Tabel III.2 Waktu penyebaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Waktu pendistribusian											
		November 2019				Desember 2019				Januari 2019			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Media Utama	Aplikasi												
Media Promosi	Poster cetak												
	Poster digital												
	<i>X-banner</i>												
	Brosur												

	Konten Instagram																		
	Banner Iklan Digital																		
Merchandise	<i>Maternity pillow</i>																		
	Totebag																		
	<i>Kalender</i>																		
	Botol minum																		

Tabel III.3 Tempat penyebaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Tempat Penyebaran						
		Google Play	Ruang Publik					
			Instagram	Facebook	Youtube	Klinik Bidan Rumah Sakit	Jalan	Shopee
Media Utama	Aplikasi							
Media Promosi	Poster cetak							
	Poster digital							
	<i>X-banner</i>							
	Brosur							
	Konten Instagram							
	<i>Banner Iklan Digital</i>							
Merchandise	<i>Maternity pillow</i>							
	Totebag							
	<i>Kalender</i>							
	Botol minum							

Tabel III.4 Cara penyebaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Cara Penyebaran					
		Diunduh	Ditempel	Diposting	Dipasang	Dijual	Dibagikan
Media Utama	Aplikasi						

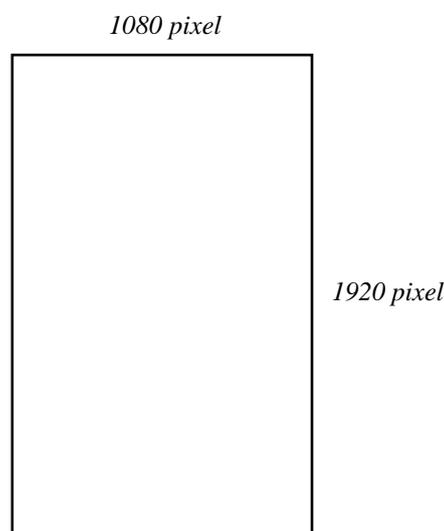
Media Promosi	Poster Cetak						
	Poster Digital						
	<i>X-banner</i>						
	Brosur						
	Konten Instagram						
	Banner Iklan Digital						
Merchandise	<i>Maternity Pillow</i>						
	Totebag						
	Kalender						
	Botol minum						

III.3. Konsep Visual

Visual yang digunakan dalam perancangan ini yaitu ilustrasi *digital vector* dengan penggunaan karakter manusia yang merepresentasikan ibu hamil yang sedang melakukan senam kegel. Visual pendukung lainnya yaitu benda yang mungkin diperlukan saat ibu hamil melakukan senam kegel serta ikon terkait kesehatan dan kehamilan.

III.3.1. Format Desain

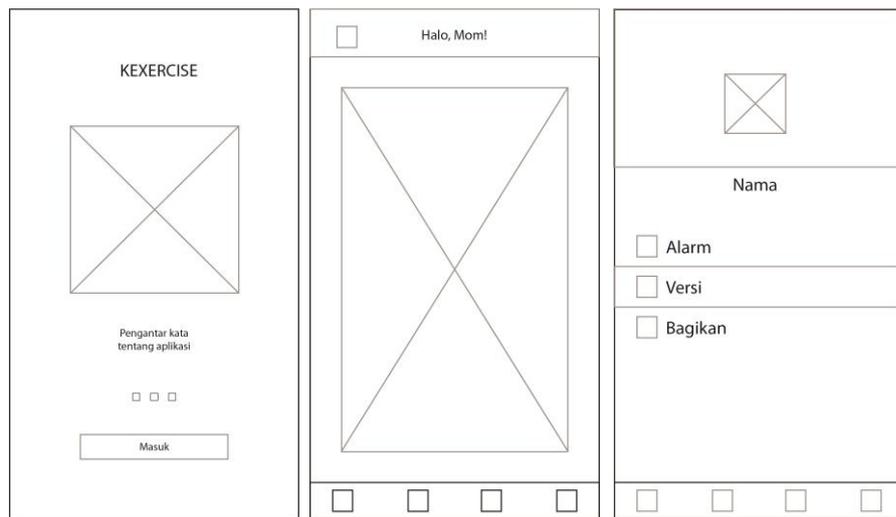
Format desain yang dipilih pada perancangan aplikasi yaitu dengan posisi portrait dan memiliki resolusi layar 1080 *pixel* x 1920 *pixel*. Resolusi tersebut akan menghasilkan tampilan yang jernih. Sedangkan format desain media pendukung menggunakan ukuran standar yang digunakan.



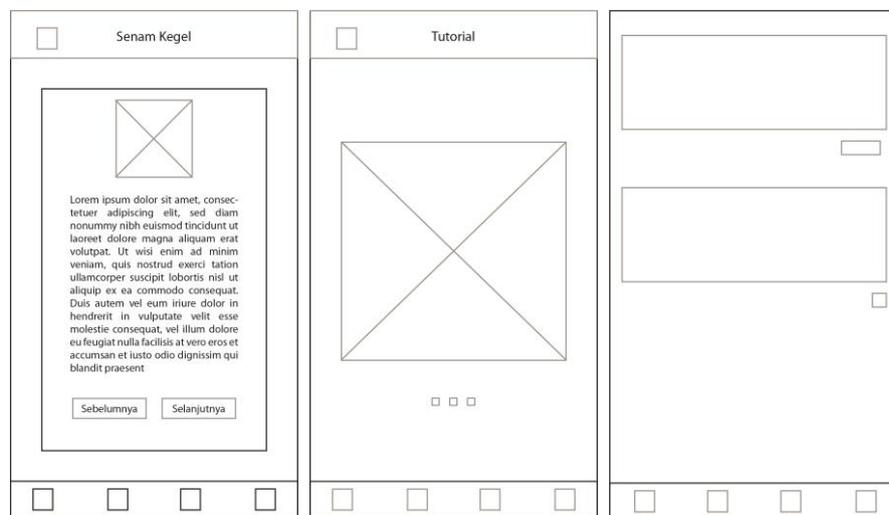
Gambar III.5 Format desain
Sumber: Data Pribadi (2019)

III.3.2. Tata Letak

Tata letak atau *layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau kesan yang dibawanya (Rustan, 2008, h.20). Tata letak yang digunakan yaitu *Linear layout*, yang disesuaikan dengan media utama. Menurut Haris (2017) *linear layout* adalah jenis *layout* dimana *user* menempatkan satu objek pada setiap baris (*vertikal layout*) atau kolom (*horizontal layout*). Jenis *layout* yang dipilih adalah *vertikal layout* dimana satu objek ditempatkan pada setiap baris. Sedangkan untuk alur baca juga menyesuaikan dengan arah baca masyarakat Indonesia yaitu dari kiri ke kanan.



Gambar III.6 Wireframe (1)
Sumber: Data Pribadi (2019)



Gambar III.7 Wireframe (2)
Sumber: Data Pribadi (2019)

III.3.3. Tipografi

Tipografi atau biasa dikenal dengan huruf yang digunakan sebagai cara berkomunikasi antara pengirim dan penerima pesan dengan menggunakan tanda atau simbol. Huruf adalah salah satu elemen grafis yang penting untuk melengkapi suatu rancangan desain yang dipresentasikan kepada khalayak luas (Wantoro, 2017 : h.82). Penggunaan huruf pada perancangan ini menggunakan jenis font Avenir LT Std (45 Book, 65 Medium, dan 85 Heavy) yang diciptakan oleh Adrian Frutiger dan font ini berlisensi *free personal use* dan *commercial*.



Gambar III.8 Huruf Avenir LT Std
Sumber: Data Pribadi (2019)

Avenir (85 Heavy) digunakan pada judul aplikasi, lalu Avenir (65 Medium) digunakan pada sub judul sebagai penanda setiap halaman sebagai penekanan karena bentuknya yang sedikit lebih tebal. Sedangkan Avenir (45 Book) digunakan pada isi informasi, meskipun bentuknya yang sedikit tipis namun tetap dapat terbaca dengan jelas. Avenir adalah jenis huruf sans serif, dipilih karena dapat membantu khalayak agar mudah dan jelas terbaca dalam membaca informasi yang diberikan. Selain kejelasan penjagaan fokus khalayak dapat lebih mudah diarahkan pada isi konten, karena informasi harus dipahami betul oleh khalayak agar tidak ada lagi salah pemahaman.

III.3.4. Ilustrasi

Dalam sebuah media tentunya akan lebih menarik jika digunakan sebuah ilustrasi yang mendukung dan sesuai dengan yang dimaksudkan. Secara terminologi, ilustrasi diartikan sebagai gambar yang bersifat sekaligus berfungsi untuk menerangkan sesuatu peristiwa. Secara etimologi, kata ilustrasi berasal dari bahasa latin *Illustrare*, yang berarti menjelaskan atau menerangkan. Ilustrasi adalah penggambaran sesuatu melalui elemen rupa guna menerangkan, menjelaskan atau memperindah sebuah teks, supaya pembacanya dapat merasakan secara langsung melalui mata sendiri, kesan, dan sifat-sifat gerak dari cerita yang disajikan (Rohidi, 1984, h.87).

a. Studi karakter

Pada perancangan ini akan menampilkan satu karakter yakni seorang ibu hamil sebagai representasi dari khalayak sasaran, dengan menggunakan semua benda yang berhubungan dengan senam kegel. Karakter ibu hamil berusia 20 tahun memiliki rambut yang diikat serta sangat memperhatikan kesehatan dimasa kehamilannya. Selain sebagai identitas, karakter digunakan sebagai objek untuk membantu ibu hamil melakukan gerakan senam kegel dengan benar.



Gambar III.9 Referensi karakter ibu hamil

Sumber :

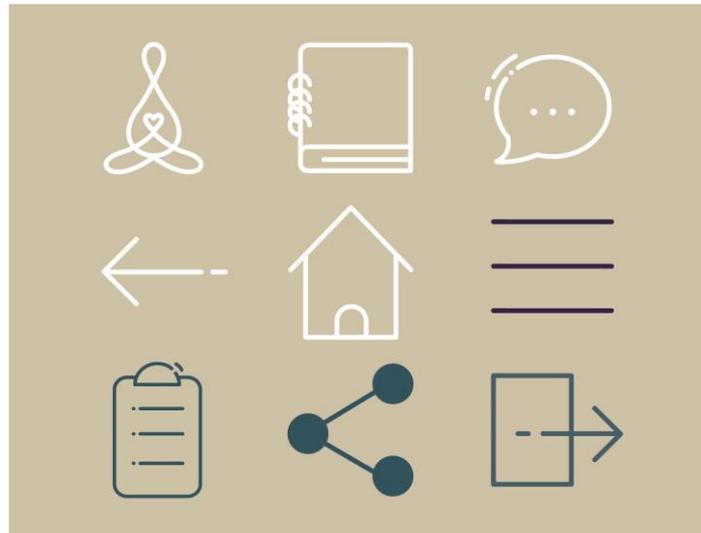
https://www.instagram.com/p/BDUsQcaxjcf/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=o6s1842hz097

(Diakses pada 07/05/2019)

b. Button

Button pada aplikasi ini dibuat dengan konsep visual yang memiliki tampilan *button* yang atraktif dan interaktif. *Button* merupakan tombol yang berfungsi untuk

mengontrol dan digunakan untuk memilih (Ramdani dalam Thabrani, 2018: h.75). Berikut merupakan *button* yang terdapat pada aplikasi.

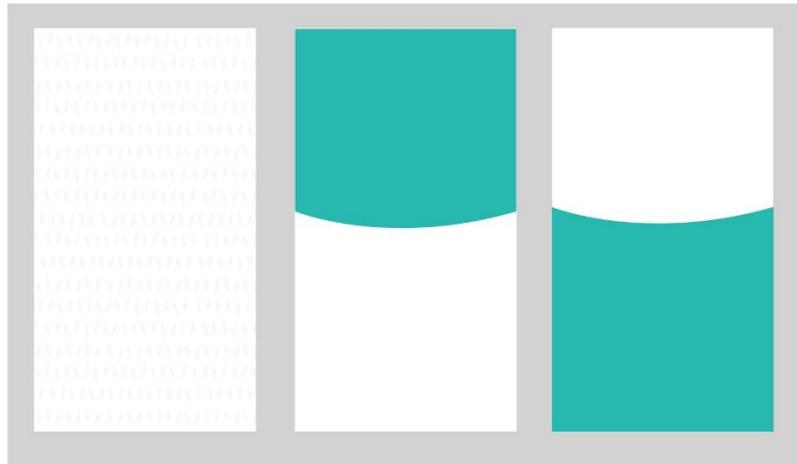


Gambar III.10 *Button* aplikasi
Sumber : Data Pribadi (2019)

Button dari logo digunakan sebagai button tutorial karena sesuai dengan nama aplikasi maka halaman tutorial menggunakan visual dari logo Kexercise. Kemudian halaman pengertian menggunakan visual berbentuk buku mengartikan sebuah materi atau sesuatu hal yang dipelajari. Halaman forum menggunakan visual balon kata sebagai penanda adanya komunikasi antar pengguna. Terdapat halaman daftar target menggunakan ikon visual catatan, sebagai representasi dari daftar-daftar yang sudah dicapai ibu hamil.

c. *Background*

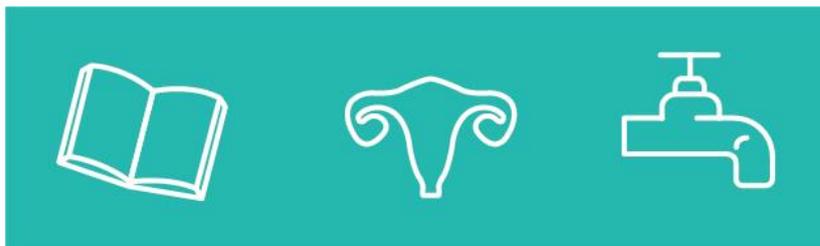
Background berwarna putih yang bergambar garis yang dibuat secara acak digunakan pada halaman beranda dan pengertian, sedangkan *background* berwarna hijau polos yang dipadukan dengan warna putih membentuk setengah lingkaran yang diambil dari bentuk perut ibu hamil yang bulat dan digunakan pada halaman tutorial, tips dan pengaturan. Dibuat polos karena didalamnya berisi teks yang cukup banyak, sehingga informasi akan terbaca dengan jelas. Kedua *background* dibuat berbeda agar aplikasi lebih bervariasi. Berikut merupakan *background* yang terdapat pada aplikasi.



Gambar III.11 *Background* aplikasi
Sumber : Data Pribadi (2019)

d. Ikon

Dalam sebuah aplikasi tentunya ikon sangatlah penting. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2018) ikon merupakan sebuah simbol kecil yang melambangkan sesuatu. Ikon yang digunakan pada perancangan ini yaitu visual yang menggambarkan mengenai pengertian dengan ikon berbentuk buku, lalu visual sederhana anatomi organ reproduksi wanita, dan visual keran.



Gambar III.12 Ikon pada aplikasi (1)
Sumber: Data Pribadi (2019)

Penggunaan ikon buku dimaksudkan sebagai simbol dari pengetahuan. Ikon sederhana anatomi organ reproduksi wanita dimaksudkan dengan penyesuaian dengan informasi yang disampaikan mengenai senam kegel dan gerakan senam kegel yang berpusat pada otot dasar panggul atau sekitaran organ reproduksi. Penggunaan ikon keran juga disesuaikan dengan informasi mengenai cara mudah menemukan otot yang benar. Gambaran awal cara menemukan otot yang benar yaitu dengan menghentikan aliran urin saat sedang buang air kecil. Penggunaan ikon keran mengibaratkan dengan menghidupkan air dikeran lalu mematikannya.

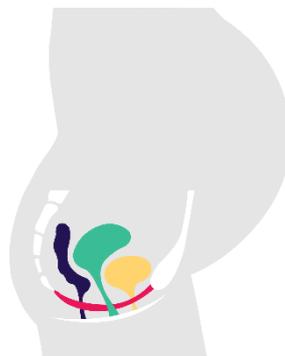
Selain itu terdapat penggunaan ikon pada halaman tutorial atau tata cara yaitu *matras*, *gym ball*, dan lampu. Ikon *matras* dan *gym ball* melambangkan senam kegel karena *matras* dan *gym ball* dapat digunakan saat melakukan senam kegel. Sedangkan penggunaan angka disesuaikan dengan tahapan tata cara. Angka satu digunakan sebagai latihan dasar sedangkan angka dua digunakan sebagai latihan *advance*, dimana cara melakukan ditingkatkan dari latihan dasar.



Gambar III.13 Ikon pada aplikasi (2)
Sumber: Data Pribadi (2019)

e. Grafik

Grafik disini digunakan pada halaman pengertian senam kegel sebagai penyampaian informasi dalam bentuk gambar mengenai titik atau poin utama dalam melakukan senam kegel. Grafik yang digunakan yaitu visual siluet seorang wanita hamil dan beberapa anatomi otot panggul secara sederhana. Hal tersebut dilakukan agar khalayak lebih memahami maksud dari informasi yang diberikan, dengan dibantu oleh perbedaan warna yang digunakan pada visual otot panggul. Salah satu otot diberi warna merah sebagai penanda bahwa otot tersebut yang menjadi focus utama dalam latihan. Warna merah digunakan sebagai warna yang mencolok sehingga khalayak dapat langsung berfokus pada visual yang ditujukan.



Gambar III.14 Visual Grafik
Sumber: Data Pribadi (2019)

f. Logo

Dalam perancangan ini logo digunakan sebagai identitas dari aplikasi itu sendiri. Menurut Adams, Morioka & Stone (2014) logo adalah simbol atau khas dari sebuah perusahaan, objek, publikasi, orang, layanan, ataupun ide (h.16). Logo yang digunakan yaitu *logogram*. *Logogram* adalah elemen visual berupa gambar atau simbol. (Rustan, 2009: h.12). Konsep dari logo yaitu memiliki sebuah visual yang dari kata senam.



Gambar III.15 Logo aplikasi
Sumber: Data Pribadi (2019)

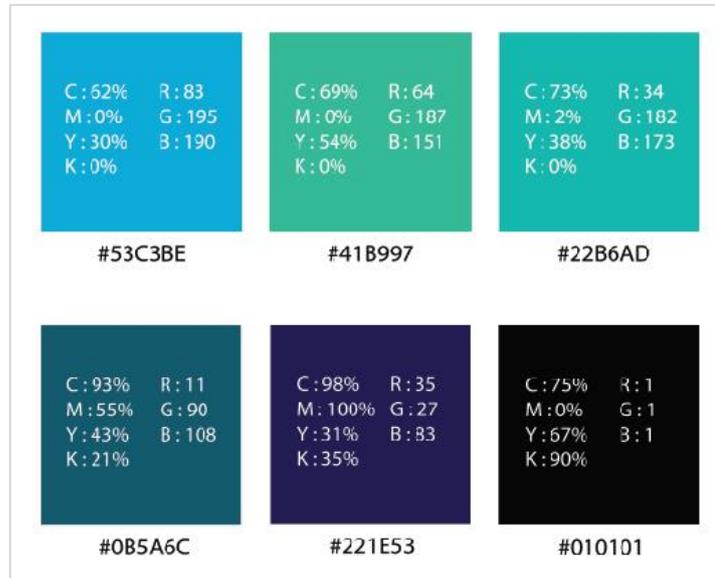
Terlihat pada *logogram* dibuat visual penyederhanaan dari gerakan senam hamil secara umum yaitu posisi duduk, lalu adanya visual berbentuk hati menjadi identitas dari bayi yang sedang dikandung. Makna dari visual hati yaitu menggambarkan bahwa bayi yang ada dalam kandungan adalah buah hati atau kesayangan ibu hamil. Sementara penggunaan warna dibuat gradasi hijau ke biru untuk membedakan dengan aplikasi yang sudah ada dan sebagai ciri khas.

III.3.5. Warna

Warna memiliki daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri. Warna juga dapat mengurangi rasa bosan, ataupun membangkitkan semangat pada objek (Rustan, 2013, h.72-73). Warna yang digunakan dibedakan menjadi dua jenis yaitu CMYK dan RGB. RGB merupakan warna yang biasanya digunakan pada layar komputer, lampu, televisi dan *handphone*. Sedangkan CMYK yaitu jenis warna yang digunakan pada percetakan.

Warna yang digunakan dalam perancangan ini yaitu didominasi oleh warna hijau kebiru-biruan (tosca) yaitu warna tengah dari gradasi logo. Warna hijau identik dengan kesan segar, dan juga alami. Hamil terkadang membuat *mood* ibu hamil

berubah-ubah, maka penggunaan warna hijau disini ingin menambah kesan segar sebagai perubah *mood* dari ibu hamil. Dalam *website* Fimela (2017) disebutkan bahwa di zaman kuno warna hijau mengandung makna kesuburan, maka kehamilan memiliki hubungan erat dengan warna hijau.



Gambar III.16 Warna aplikasi
Sumber: Data Pribadi (2019)