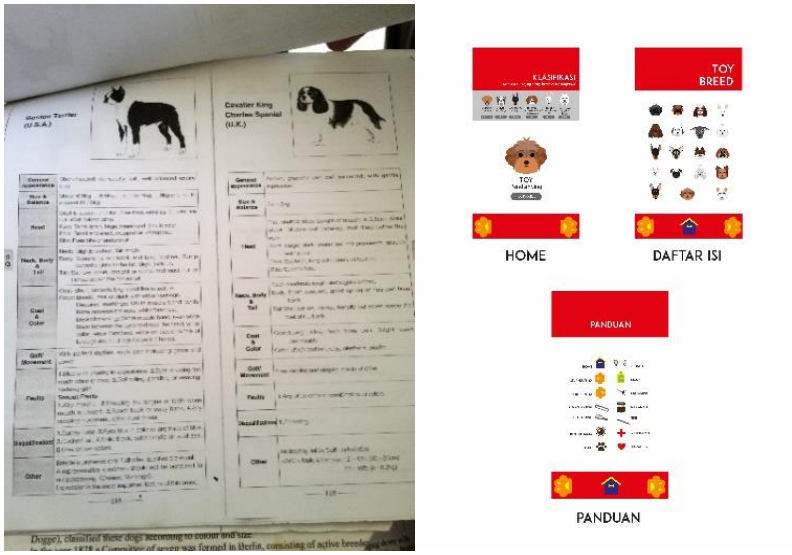
BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III. 1 Strategi Perancangan

Dalam perancangan dibutuhkan sebuah strategi, strategi perancangan mengenai informasi jenis dan karakter anjing serta cara memeliharanya adalah merancang sebuah media informasi mengenai jenis dan karakter anjing serta cara memeliharanya sehingga dapat membantu para pemelihara pemula dalam mengenal jenis dan karakter anjing yang akan atau sedang dipelihara serta bagaimana cara memelihara anjing tersebut dengan tepat. Agar menghasilkan solusi yang terbaik, dilakukan *survey* lapangan untuk mencari data mengenai jenis dan karakter anjing peliharaan khususnya *Toy Breeds*, *survey* mengenai lokasi yang pada umumnya terdapat pemelihara anjing pemula yang kesulitan mengidentifikasi jenis dan karakter anjing peliharaan sehingga kurang memahami tentang bagaimana cara memelihara anjing tersebut dengan tepat, selain itu dilakukan pengamatan mengenai kasus penelantaran anjing yang mengalami sakit atau cacat permanen akibat pemeliharaan yang tidak tepat, *survey* usia dan aktivitas sehari-hari para pemelihara pemula melalui situs jejaring sosial *Facebook* dan aplikasi *Live Chatt* seperti *Line*. Pada hal ini tujuan *survey* lapangan adalah untuk mengetahui apakah para pemula memiliki pengetahuan mengenai jenis dan karakter anjing yang akan atau sedang mereka pelihara, penyebab kurangnya pengetahuan mereka terhadap hal-hal penting mengenai anjing peliharaan, data hasil *survey* dan wawancara yang dihasilkan diharapkan dapat membantu proses perancangan ini agar dapat terwujudkan dengan baik. Media informasi tersebut diharapkan dapat menginformasikan hal penting mengenai anjing peliharaan khususnya *Toy Breeds* sehingga mempermudah para pemelihara anjing pemula dalam mengidentifikasi serta mengetahui cara memelihara anjing yang tepat sesuai jenis dan karakternya. Media yang akan digunakan yaitu sebuah media yang dianggap praktis dan efisien waktu, dan uang bagi responden. Media yang dipilih sebagian besar responden adalah aplikasi berbasis mobile untuk smartphone bersistem operasi iOS.



Gambar III.1 data jenis dan karakter anjing *Toy Breeds*.

Sumber : Dokumentasi pribadi (16 Januari & 20 Juni 2015)

Pada gambar tersebut memperlihatkan data yang belum melalui tahap pengolahan menjadi sebuah informasi yang dikemas dengan baik dan menarik minat para pemelihara pemula. terlihat perbandingan antara data yang belum diolah menjadi sebuah infromasi yang menggunakan visual dengan menggunakan konsep minimalis *Flat Design* dan menitikberatkan pada simbol yang mudah dipahami dengan disertai paduan.

III. 1. 1 Tujuan Komunikasi

Suatu proses komunikasi memiliki tujuan**.** Menurut Harold D Lasswel salah satu tujuan komunikasi adalah *Behavior Change* (Perubahan Perilaku). Perancangan ini bertujuan untuk menginformasikan jenis dan karakter anjing *Toy Breeds* serta cara memeliharanya bagi para pemelihara pemula berdasarkan data yang baku dari sumber Persatuan Kinologi Indonesia cabang Jawa Barat, dan sumber lainya dari luar wilayah Indonesia seperti *American Kennel Club, Federation Cynologique Internationale* dan *The Kennel Club* yang bertujuan untuk merubah perilaku pecinta anjing pemula agar lebih peka dan sadar akan pentingnya mengenal jenis dan karakter anjing sehingga dapat memelihara dengan tepat sehingga mereka memiliki komitmen dan tanggung jawab dalam memelihara anjing.

III. 1. 2 Pendekatan Komunikasi

Dalam menyampaikan ide diperlukan suatu proses komunikasi yang mampu menyampaikan informasi atau pesan agar mudah dimengerti oleh penerima pesan yaitu dengan pendekatan visual maupun verbal.

III. 1. 2. 1 Pendekatan Komunikasi Visual

Dalam pendekatan komunikasi visual ini memperlihatkan animasi *Flat Design* sesuai dengan karakter dari 215 responden yang 2 diantaranya telah dijadikan *sample Consumer Journey*. Mereka adalah 2 orang yang berusia 24 dan 25 tahun, gemar bermain *Game* pada *Smartphone* dan menyukai film animasi serta lebih banyak menghabiskan waktu dirumah.

III. 1. 2. 2 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pada tahap ini memperlihatkan segala hal mengenai jenis dan karakter anjing *Toy Breeds* serta cara memeliharanya bagi pemula disampaikan melalui tulisan yang dikemas dalam media aplikasi berbasis *mobile* untuk *smartphon*e sebagai media utama yang didukung oleh media alternatif berupa *Poster*, *Flyers,* iklan *Pop-up*, *Mug,* dan *Case Smartphone.* yang berfungsi mengarahkan pecinta anjing pemula untuk men-*download* aplikasi tersebut dan sebagai *reminder.*

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan berupa informasi yang ingin disampaikan meliputi sejarah anjing, pengelompokan anjing berdasarkan fungsinya menurut sumber *American Kennel Club,* spesifikasi jenis anjing *Toy Breeds* disertai gambar yang menunjukan ciri fisik, serta cara memeliharanya.

III.1.4 Gaya Bahasa

Pada suatu perancangan informasi dibutuhkan gaya bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Bahasa yang digunakan dalam perancangan ini yaitu Bahasa Indonesia dengan pola Deskriptif, yaitu kalimat dengan inti kalimat diawal yang disampaikan secara singkat dan padat.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Consumer journey yang diambil dari 2 *sample* yaitu Sharon Andrea yang berusia 24 tahun, berprofesi sebagai Seorang mahasiswi sekaligus Vokalis *band*. aktivitas sehari-harinya lebih banyak untuk *hangout*, menyukai segala sesuatu berbau *Leophard*, dan menyukai animasi yang tergolong sederhana. Responden selanjutnya bernama Yosapat Belni, yang berusia 25 tahun, berprofesi sebagai sebagai karyawan swasta. Aktivitas sehari-harinya lebih banyak untuk bekerja, *hangout*, dan membuka usaha kuliner berskala kecil. Ia gemar menyanyi dan sering mengikuti lomba menyanyi atau paduan suara, ia menyukai film dengan *genre* animasi dan drama musikal dan gemar menghabiskan waktu luangnya untuk sekedar mencari informasi dan *game* melalui *smartphone*. Dari uraian tersebut dapat dilihat sebagian besar responden memiliki ketertarikan dengan film animasi, *games* pada *smartphone*, *hangout*, dan musik.

Consumer Journey

NAMA	Yosapat Belni	OS SMARTPHONE	Android
USIA	25 tahun	JENIS ANJING	Shih-tzu
HOBBY	main gadget, menyanyi	MAKANAN FAV	babi rica, telur dadar
DOMSISLI	Bandung	MINUMAN FAV	es teh manis
GENRE FILM	Drama musikal, animasi	KENDARAAN	motor
GENRE MUSIK	Pop, Jazz	PENDAPATAN	2.900.000
AGAMA	Kristen Protestan	PENDIDIKAN	D3

WAKTU	AKTIVITAS	LOKASI	FOTO
04:00	bangun tidur	Rumah	
05:00	kerja	PT. Infomedia	
06:00	kerja	PT. Infomedia	
07:00	kerja	PT. Infomedia	
08:00	kerja	PT. Infomedia	
09:00	kerja	PT. Infomedia	
10:00	kerja	PT. Infomedia	
11:00	kerja	PT. Infomedia	
12:00	istirahat makan siang	kantin Infomedia	
13:00	kerja	PT. Infomedia	
14:00	pulang kerja	Kantor- rumah	
15:00	main gadget	Rumah	
16:00	masak makan malam	Rumah	
17:00	nonton TV	Rumah	
18:00	main sama anjing	Rumah	
19:00	pulang kerumah	Cihampelas	
20:00	nonton TV	Rumah	
21:00	istirahat - tidur	Rumah	
22:00	istirahat - tidur	Rumah	
23:00	istirahat - tidur	Rumah	
24:00	istirahat - tidur	Rumah	

Consumer Journey

NAMA	Sharon Andrea	OS SMARTPHONE	iOS
USIA	24 tahun	JENIS ANJING	Golden Rtv & Terrier Chicken Cordon bleu
HOBBY	menyanyi, hangout	MAKANAN FAV	red wine
DOMSISLI	Bandung	MINUMAN FAV	mobil
GENRE FILM	animasi	KENDARAAN	4.000.000
GENRE MUSIK	Pop, Rock	PENDAPATAN	D3
AGAMA	Kristen Protestan	PENDIDIKAN	

WAKTU	AKTIVITAS	LOKASI	FOTO
04:00	tidur	Rumah	
05:00	tidur	Rumah	
06:00	tidur	Rumah	
07:00	tidur	Rumah	
08:00	tidur	Rumah	
09:00	tidur	Rumah	
10:00	nonton TV	Rumah	
11:00	main band	Studio	
12:00	istirahat makan siang	Rumah	
13:00	main gadget	Rumah	
14:00	main dengan anjing	Rumah	
15:00	main gadget	Rumah	
16:00	Hangout	Jl. Riau	
17:00	Hangout	Jl. Progo	
18:00	Ibadah Minggu	GPIB Maranatha	
19:00	Ibadah Minggu	GPIB Maranatha	
20:00	hangout	Dago	
21:00	hangout	Dago	
22:00	makan malam	Dago	
23:00	main gadget	Rumah	
24:00	main dengan anjing	Rumah	

Gambar III.2 Data *Consumer Journey* dan *Consumer Insight* yang telah diolah dan disertai foto

Sumber : Dokumentasi Pribadi (20 juni 2015)

III.1.6 Strategi Kreatif

Hal yang utama dilakukan dalam strategi kreatif adalah menentukan dan mencari data mengenai jenis dan karakter anjing *Toy Breeds* serta cara memeliharanya

sehingga menjadi sebuah informasi, menentukan Target *audience*, perencanaan media, perencanaan pesan, dan proses produksi. Hal – hal yang ada pada informasi tersebut didasari dari sumber-sumber yang berkaitan dengan kinologi baik tulisan maupun gambar. Informasi ini diharapkan dapat membantu masyarakat pecinta anjing pemula dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai anjing *Toy Breeds*. Untuk mendukung informasi tersebut dibuat sebuah media sehingga menjadi media informasi. Media informasi ini terdiri dari suatu media yang dapat mendukung dan memperkuat infromasi yang akan disampaikan. Informasi mengenai anjing *Toy Breeds* adalah sesuatu hal yang dapat memberikan kesan aktif, dan menggemaskan seperti karakter anjing *Toy Breeds* pada umumnya. Untuk lebih menarik atau mendukung informasi tersebut ditambah beberapa sentuhan nuansa ceria. Nuansa yang ceria sangat berhubungan dengan karakter anjing *Toy Breed*s. Aktif, menggemaskan dan ceria menjadi *key word* (kata kunci) dalam strategi kreatif untuk merancang media informasi agar dapat memperkuat atau mendukung informasi mengenai jenis dan karakter anjing *Toy Breeds* serta cara memeliharanya. sesuai dengan uraian diatas, informasi ini memiliki konsep *Flat design* yang ingin memperlihatkan sesuatu yang lebih mendukung kesan yang diharapkan.

III.1.7 Strategi Media

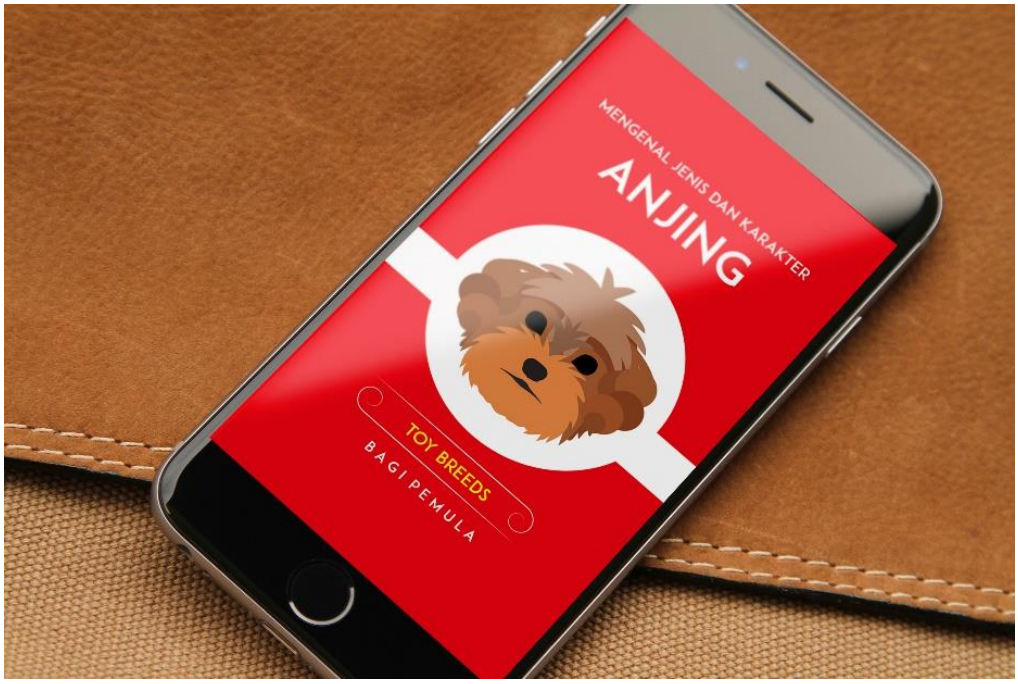
Tujuan strategi media dalam perancangan ini yaitu untuk memperkuat informasi anjing *Toy Breeds.* Agar hal tersebut terimplementasikan dengan baik dibutuhkan perantara penyampaian informasi. Perantara berupa media yang dapat menginformasikan anjing *Toy Breeds* kepada khalayak. Pemilihan media haruslah sangat tepat dan disesuaikan dengan harapan yang ditimbulkan dari media tersebut. Pemilihan media berdasarkan hasil *survey* yang disebar secara *online* kepada 215 responden diseluruh Indonesia dengan *link* : http://goo.gl/forms/sGOp7OQ1is

III. 1.7.1 Pemilihan Media

pemilihan media dalam perancangan ini diklasifikasikan menjadi dua jenis media yang dapat mendukung dan memperkuat informasi anjing *Toy Breeds*.

III. 1.7.1.1 Media Utama

Dalam hal ini media utama harus menggambarkan dan memperkenalkan secara jelas informasi yang akan disampaikan kepada khalayak sehingga memudahkan untuk diterima dan dikenal. Aplikasi menjadi pilihan utama yang tepat karena dapat memperlihatkan segala hal mengenai anjing *Toy Breeds* dengan jelas. Dalam aplikasi berbasis *mobile* ini diharapkan pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan kepada khalayak dengan baik karena didukung oleh visual yang memperlihatkan maksud atau arti dari pesan.



Gambar III.3 Tampilan Aplikasi *Smartphone* bersistem Operasi *iOS.*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (19 Juni 2105).

III.1.7.1.2 Media Pendukung

Dalam hal ini media pendukung harus mampu menunjang media utama sehingga dapat menjadi kesatuan dan dapat saling mendukung. Dari hal tersebut *flyers, Booklet, Poster,* dan iklan *Pop-up.* menjadi pilihan media promosi yang tepat, karena tidak hanya berisikan gambaran singkat mengenai akibat yang mungkin terjadi dari kesalahan persepsi dalam mengenal jenis dan karakter anjing, tetapi juga mengarahkan target kepada media utama yaitu aplikasi berbasis *mobile* untuk *Smartphone* bersistem operasi *iOS*. Selain media tersebut, *Mug* dan *Case*

handphone sebagai media pendukung yang berfungsi sebagai *reminder* diberikan secara Cuma-Cuma kepada khalayak yang telah mendownload aplikasi tersebut sebagai bentuk apresiasi.



Gambar III.4 Tampilan media pendukung (promosi).

Sumber : Dokumentasi Pribadi (20 Juni 2015).



Gambar III.5 Tampilan media pendukung *Mug* dan *Case Handphone* sebagai *Reminder*.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (20 Juni 2015).

III. 2 Strategi Distribusi

Pada strategi distribusi lebih mengandalkan pada satu media pendukung yaitu *Booklet, Flyers, Poster,* dan iklan *Pop-up. Mug* dan *case handphone* sebagai *reminder*. Penyebaran *flyers, poster dan iklan pop-up* ini didistribusikan melalui *Pet Shop, social media,* dan aplikasi musik seperti *soundcloud*. Sedangkan media pendukung yang berfungsi sebagai reminder didistribusikan kepada mereka yang telah men-download aplikasi tersebut. Selain itu untuk aplikasi berbasis *mobile* dapat diakses melalui *Smartphone* bersistem operasi iOS yang dapat diunggah melalui *AppStore*. Alasanya karena sebagian besar responden yang mengikuti *survey online* kedua pada *link*: http://goo.gl/fprms/9AgSyGlcPh menggunakan *Smartphone* berbasis iOS.

Tabel III.1 Strategi pendistribusian
Sumber : Dokumentasi Pribadi (20 Juni 2015).

MEDIA	JUL	AUG	SEP	TEMPAT
APLIKASI				APP STORE
POSTER				PET SHOP
				SOCIAL MEDIA
FLYERS				SOCIAL MEDIA
				PET SHOP
IKLAN POP-UP				SOUNDCLOUD
BOOKLET				PET SHOP
MUG & CASE				PET SHOP

III. 3 Konsep Visual

Sebuah aplikasi untuk *smartphone* tidak hanya dilihat dari informasi yang disampaikan, tetapi dapat dilihat dari konsep visual yang ada pada aplikasi tersebut. Konsep visual sebuah aplikasi untuk *Smartphone* harus berhubungan dan sesuai dengan karakter informasi dan konten yang ingin disampaikan, anjing *Toy Breeds* adalah anjing yang pada umumnya memiliki karakter periang, manja, jenaka, serta pintar. Untuk menggambarkannya digunakan konsep visual sesuai karakter anjing *Toy Breeds*. Kesan tersebut dapat ditampilkan dari pilihan warna, suasana dan gaya visual. Gaya visual tersebut mengarah kepada gaya dan warna primer yang didominasi oleh warna Merah. Menurut Trisha Artisty dalam tulisannya berjudul "kenali arti makna dibalik warna" pada situs resmi Ids Education, warna merah mengimplikasikan *Passion* dan energi, oleh sebab itu dapat memacu adrenalin

seseorang yang melihatnya. Hal ini sesuai dengan karakter anjing *Toy Breeds* secara umum yang aktif berenergi. Gaya visual ini sangat tepat untuk menggambarkan anjing *Toy Breeds* karena menampilkan kesan yang sesuai dengan yang diharapkan. Keunikan gaya tersebut diharapkan menjadi konsep yang menarik bagi khalayak dan menjadi sebuah ciri khas dari anjing *Toy Breeds*.

Ada beberapa hal atau beberapa elemen pada konsep pembuatan aplikasi ini. Elemen tersebut yang dapat mendukung agar aplikasi ini mudah untuk diterima dan dimengerti oleh khalayak yang menggunakanya. Tata suara, musik, teknik pembuatan gambar, warna, sistem navigasi, menjadi elemen yang tepat pada konsep perancangan aplikasi berbasis *Mobile*. Diharapkan aplikasi berbasis *Mobile* ini dapat mengkomunikasikan dan menggambarkan segala hal mengenai anjing *Toy Breeds.*

Teknik pembuatan gambar dapat mendukung tampilan pada gambar agar terlihat lebih baik tergantung cara pembuatanya. Dan berikut beberapa teknik pembuatan gambar pada aplikasi berbasis mobile mengenai Anjing *Toy Breeds* ini.

- Format tampilan dalam aplikasi ini menggunakan frame *Portrait.*
- Pembuatan gambar bentuk dilakukan menggunakan teknik *tracing* pada Adobe Illustrator.
- Gambar berbasis vektor yang telah selesai dikerjakan kemudian dimasukan ke dalam *Adobe Flash* untuk dianimasikan.
- Proses penganimasian sederhana yang terdapat dalam aplikasi ini adalah dengan menganimasikan *Scence* to *Scense* dan *insert frame*.

III.3.1 Format Desain

Perancangan informasi ini menggunakan format Digital pada media utamanya yaitu aplikasi *smartphone* berbasis *mobile* dengan format *.ipa* yang disimulasikan dengan format SWF. Dan juga format cetak pada media pendukung seperti *Flyers dan Booklet* ukuran A5 dan *Poster* ukuran A3, *Mug*, iklan *Pop-up* dan *Case Handphone.*

III.3.2 Tata letak

Suatu karya desain tidak lepas dari beberapa unsur, terutama tata letak atau *layout.* Suriyanto Rusman (2008) menjelaskan bahwa “tata letak elemen desain terhadap

suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep" Pada perancangan ini menggunakan layout simetris. berdasarkan referensi aplikasi lain yang berjudul "tebak gambar" dan *My Boo* Dengan memusatkan inti informasi pada posisi tengah, informasi pendukung seperti *headline* dan tampilan anjing pada posisi atas dengan ukuran gambar dan huruf yang menarik perhatian diikuti tombol navigasi pada posisi bawah. Hal ini bertujuan agar alur baca pengguna yaitu dari atas menuju kebawah.



Gambar III.6 Tampilan *layout* simetris pada aplikasi.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (19 Juni 2015).

III.3.3 Huruf

Rakhmat Supriyono (2010), dalam bukunya berjudul Buku Desain Komunikasi Visual (Teori dan Aplikasi) berpendapat bahwa "Pemilihan jenis dan karakter huruf, serta pengelolaannya akan sangat menentukan keberhasilan desain komunikasi visual". Dalam perancangan ini digunakan huruf san serif karena dirasa sesuai dengan media digital.

ADAM.GO PRO

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

. . / ? ! @ $# $ % ^ & * ( ) + - =

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

terdapat dua jenis yang dipakai, dimana jenis *font* utama yang dijadikan *Headlines*. Dan pemilihan jenis *font* yang menjadi *body text* pada aplikasi ini mengarah kepada karakter *font* yang cukup elegan dan tegas agar mudah terbaca.

Arial

A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

. , / ? ! @ $# $ % ^ & * ( ) _ + - =

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Pada kedua *font* diatas memiliki gaya yang disesuaikan dengan kebutuhan untuk mendukung gaya visual pada aplikasi mengenal jenis dan karakter anjing serta cara memeliharanya bagi pemula.

III.3.4 Ilustrasi

Nuansa aktif menjadi gambaran pada aplikasi ini dengan memperlihatkan warna merah yang mendominasi, serta suatu objek yang dijadikan *icon* untuk menggambarkan informasi yang dibutuhkan serta untuk menyederhanakan informasi. Tokoh yang digunakan pada sub- inti informasi adalah jenis anjing yang termasuk bagian dari klasifikasi anjing menurut *The Kennel Club*, Tokoh pada informasi inti adalah 19 anjing yang termasuk anjing *Toy Breeds.* properti yang digunakan adalah:

- **Mistar**

Simbol mistar digunakan untuk informasi mengenai ukuran tubuh anjing.

- **Sisir**

Simbol Sisir digunakan untuk menginformasikan frekuensi dan anjuran dalam menyisirkan bulu anjing serta perawatan lainya.

- **Kaleng *Dog Food***

Simbol kaleng Dog Food digunakan untuk menginformasikan frekuensi makan anjing.

- ***Shampoo***

Simbol *shampoo* digunakan untuk menginformasikan kapan sebaiknya anjing dimandikan dalam waktu tertentu.

- **Simbol Medis**

Simbol medis digunakan untuk menginformasikan masalah kesehatan anjing baik secara keseluruhan maupun secara *detail.*

- **Sikat gigi**

Simbol sikat gigi digunakan untuk menginformasikan anjuran untuk menjaga kesehatan gigi pada anjing.

- **Telapak kaki anjing**

Simbol telapak kaki digunakan untuk menginformasikan ciri fisik kaki anjing.

- **Mata**

Simbol ini digunakan untuk menginformasikan ciri fisik mata pada anjing.

- **Telinga**

Simbol ini digunakan untuk menginformasikan ciri fisik telinga pada anjing.

- **Hati**

Simbol ini digunakan untuk menginformasikan karakter dari setiap anjing.

- **Gunting**

Simbol ini digunakan untuk menginformsikan waktu dan frekuensi peng*groming*an anjing.

- **Rumah**

Simbol rumah digunakan sebagai tombol *Home* pada *interface* aplikasi.

- **Telapak kaki ke kanan dan Ke kiri**

Simbol ini digunakan sebagai tombol *next page* dan *previous page*.

- **Telapak kaki menghadap keatas**

Digunakan sebagai tombol enter pada aplikasi.

Selain simbol yang digunakan pada halaman isi, juga terdapat karakter pendukung seperti anjing jenis *Golden Retriever* sebagai simbol anjing tipe *Gundog*, *Bulldog* sebagai simbol anjing tipe *Utillity*, *Dobberman* sebagai simbol anjing tipe *Working*, *Beagle* sebagai simbol anjing tipe *Hound*, *Terrier bull* sebagai simbol anjing tipe *terrier*, *Samoyed* sebagai simbol anjing tipe *Pastoral*, dan *Toy Poodle* sebagai simbol anjing tipe *Toy*. Pada halaman *Home* juga terdapat ilustrasi anjing *mongrel* atau anjing *non-trah* sebagai simbol anjing secara keseluruhan, kaleng *Dog food* sebagai simbol yang menginformasikan bahwa anjing adalah hewan *karnivora* dan simbol hati untuk menginformasikan cara berkembang-biak anjing.



Gambar III.7 Ilustrasi objek yang dijadikan simbol.

Sumber : Dokumantasi Pribadi (19 Juni 2015).

III.3.5 Warna

Menurut Rakhmat Suryono dalam bukunya berjudul "Desain Komunikasi Visual ; Teori dan aplikasi", Apabila pemakaian warna kurang tepat maka dapat merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan , dan bahkan dapat menghilangkan gairah baca. Jika warna digunakan dengan tepat, warna dapat membantu menciptakan *mood* dan membuat teks lebih berbicara. Pada aplikasi ini sangat diperhatikan keseimbangan warna agar menghasilkan warna yang memberi kesan aktif, menggemaskan dan ceria. Oleh sebab itu digunakan warna merah sebagai warna dominan. Menurut Trisha Artisty dalam tulisannya berjudul "kenali arti makna dibalik warna", warna merah mengimplikasikan *Passion* dan energi, oleh sebab itu dapat memacu adrenalin seseorang yang melihatnya. Hal ini sesuai dengan karakter anjing *Toy Breeds* secara umum yang aktif berenergi. Untuk mencapai warna yang dibutuhkan, dilakukan *color checking* dan *colour matching* untuk memaksimalkan warna dan memperkuat kesan yang akan ditampilkan melalui warna. Warna yang digunakan didominasi dengan warna merah, putih, dan abu yang dipadukan dengan warna pastel untuk isi kontenya.

Tabel III.2 Warna yang digunakan Pada *layout* aplikasi

Colour Code	R	G	B	C	M	Y	K	H	S	B
#E30513	227	5	19	0%	100%	100%	0%	355°	97%	89%
#ECECEC	236	236	236	0%	0%	0%	10%	355°	0%	92%
#C8C7C6	200	199	198	25%	19%	20%	2%	29°	0%	78%
#F5E72A	200	199	198	25%	19%	20%	2%	55°	82%	96%
#F2910D	242	145	13	0%	50%	90%	0%	33°	94%	94%
#2B2F7B	43	47	123	100%	95%	13%	2%	235°	64%	48%

Sumber : Dokumantasi Pribadi (18 Juni 2015)

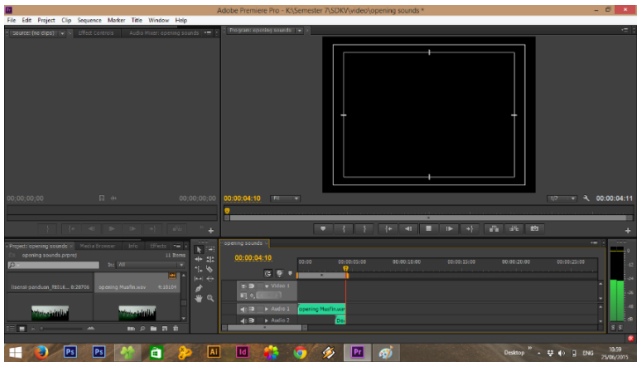
III.4 Audio

Komunikasi dalam aplikasi berbasis *mobile* ini haruslah mudah untuk dimengerti dan terdengar jelas sehingga menghasilkan tata suara yang sesuai untuk menggambarkan informasi dan pesan dengan baik. Dalam aplikasi berbasis *mobile* ini ada beberapa cara yang harus dilakukan yaitu:

- Perekaman suara anjing yang ada pada aplikasi berbasis *mobile* ini dilakukan dengan cara merekam langsung suara anjing jenis *Toy Poodles*.
- Pengolahan suara tersebut melalui proses *editing* dan digabungkan dengan *Sound effect* yang telah ada karya Hendi Hendratman ST sebagai *opening backsound*, panduan dan lisensi dengan menggunakan aplikasi *Adobe Premier* sehingga menghasilkan suara berformat *MPEG-1 Audio Layer 3 (MP3).*

III.4.1 Musik

Dalam aplikasi ini, musik merupakan hal yang cukup penting karena informasi yang disampaikan tidak hanya menonjolkan informasi tekstual namun visual yang akan menjadi baik jika diberi intrumen musik sebagai *back sound*. Musik disini merupakan instrumen karya Hendi Hendratman ST yang telah digabungkan dengan rekaman suara anjing hasil dokumentasi pribadi. Intrumen tersebut mengiringi perjalanan pengguna dari awal hingga akhir ketika menggunakan aplikasi berbasis *mobile* ini diantaranya berjudul "_Rt016_" sebagai *backsound* saat *opening*, "Two shake" sebagai *backsound* saat *sliding*, dan rekaman anjing menggonggong di bagian *closing*.



Gambar III.8 Proses *Mixing sounds effect* menggunakan Adobe Premier CS 6 Pro.

Sumber : Dokumantasi Pribadi (25 Juni 2015)