BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang disampaikan dalam aplikasi novel interaktif Nagabumi adalah untuk memudahkan pengguna mempelajari dan mengingat ilmu pengetahuan tentang data-data arkeologi, naskah kuno, kondisi antropologi dan etnografi masyarakat dalam novel Nagabumi.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Perancangan aplikasi novel interaktif Nagabumi ini menggunakan dua metode pendekatan, yaitu ;

- **Pendekatan Visual**

  Dalam perancangan visual, dibuat ilustrasi dengan konsep *vintage* dan *grunge*, agar para pengguna merasa terbawa suasana zaman dahulu. Lalu penggabungan unsur realis, yakni background tempat agar para pengguna dapat menyerap dengan sempurna tentang gambaran tempat-tempat bersejarah yang terdapat dalam novel Nagabumi, dan tokoh karakter dengan gaya kartun, agar novel interaktif dapat terlihat lebih menyenangkan.

- **Pendekatan verbal**

  Pendekatan verbal pada media ini terdapat pada teks novel, ketika saat teks dalam aplikasi disentuh, dapat membacakan isi cerita dari novel, serta mengucapkan kata-kata bahasa sansekerta.

III.1.3 Materi Pesan

Dalam materi pesan terdiri dari beberapa bagian, yakni berupa:

- **Isi Pesan**

  Isi pesan yang terdapat dalam aplikasi novel interaktif ini adalah bagaimana kita dapat mempelajari banyak hal tentang keindahan tempat, sejarah, benda-

benda arkeologi, ilmu naskah kuno, walaupun hanya sekadar selingan dari sebuah cerita sejarah fiksi.

- **Bentuk Pesan**

  Pesan yang akan disampaikan dalam bentuk tampilan visual, audio, serta text yang dirancang menarik dan mampu menggambarkan isi pesan yang akan disampaikan kepada target audience.

- **Penyampaian Pesan**

  Dalam perancangan aplikasi media ini, menggunakan bahasa Indonesia baku yang merupakan bahasa pokok, disertai penggunaan majas, dan dicampur dengan penggunaan istilah-istilah dalam bahasa sansekerta.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan sama seperti dengan novel Nagabumi awal yang berformat cetak, yakni menggunakan bahasa baku, disertai penggunaan majas, dan menggunakan istilah-istilah tentang sesuatu hal dalam bahasa Sansekerta.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

III.1.5.1 *Consumer Insight*

Consumer Insight adalah link emosi antara produk dengan konsumen, artinya menyelami emosi konsumen.Bagaimana konsumen bereaksi dan beremosi terhadap suatu produk, jasa, service, sales, promosi yang kita tawarkan kepada konsumen.

III.1.5.2 *Consumer Journey*

Consumer Journey adalah proses mencari dan memahami keadaan customer secara mendalam. Mulai dari aspek demografi, psikografi. Atau secara ekstrem adalah memahami apa yang dilakukan customer mulai dari bangun tidur hingga tidur lagi.

III.1.6 Strategi Kreatif

Setelah inti pesan (the big idea) telah ditemukan, perlu dipikirkan bagaimana strategi kreatif akan diterapkan, agar isi pesan tersebut dapat sampai dan diterima dengan

tepat oleh sasaran, serta mampu mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan. Pada dasarnya dalam strategi kreatif atau pesan, dikembangkan dari dua fokus utama yakni terfokus pada produk, atau terfokus pada sasaran. Dan untuk perancangan novel interaktif ini adalah fokus pada sasaran, maka strategi yang ditempuh adalah melalui hal-hal apa yang ada pada sasaran, seperti kebutuhan, keinginan, citra yang ada, emosi dan sejenisnya.

Terdapat bermacam-macam strategi dalam penyusunan suatu perencanaan pesan, tetapi pada dasarnya aliran-aliran tersebut dikembangkan dari dua fokus utama di atas.Dan salah satu aliran tersebut adalah i*mage strategy* (Strategi Pembentukan Citra).Karena adakalanya seseorang tidak menemukan kelebihan atau keunikan yang ada pada suatu produk, gagasan atau jasa, sehingga sulit menentukan janji penjualan seperti dalam strategi USP. Banyak produk sejenis yang dipromosikan, susah membedakan satu dengan lainnya. Untuk itu dalam aplikasi novel interaktif ini perlu dikembangkan suatu strategi kreatif, yang didasari pada pengembangan kekuatan dan identitas novel Nagabumi agar mudah diingat dan mempunyai makna tertentu.Strategi ini disebut sebagai strategi pembentukan citra (i*mage strategy*).

Adapun yang dinamakan Daya Tarik, Daya Tarik ini dimaksudkan sebagai pendekatan yang digunakan dalam menarik perhatian konsumen serta mempengaruhi perasaan mereka terhadap suatu produk/ jasa.Dengan demikian dengan daya tarik ini diharapkan mampu menggerakkan masyarakat, berbicara mengenai keinginan atau kebutuhan mereka dan pada akhirnya membangkitkan ketertarikan mereka.Dan salah satunya dari beberapa kategori adalah Daya Tarik Emosional, Daya Tarik Emosional ini berkaitan dengan kebutuhan psikologis atau kebutuhan sosial sasaran, dalam membeli atau menggunakan suatu produk.Beberapa motivasi dalam menentukan keputusan pembelian biasanya didasari pada motivasi emosional.Sering terjadi konsumen merasa memiliki suatu produk lebih penting dibanding dengan memahami pengetahuan, keistimewaan atau kegunaan produk itu sendiri.Daya tarik rasional sering dianggap kurang tajam, untuk menarik perhatian konsumen.Maka daya tarik

emosional lebih sering dimanfaatkan.Begitupun juga dengan aplikasi novel interaktif ini.

III.1.7 Strategi Media

Pemilihan dan perancangan media sangat berpengaruh terhadap pencapaian hasil rancangan.Dalam perancangan ini, digunakan beberapa media komunikasi untuk menjelaskan data-data dan kejadian dengan baik.

Berikut ini pemilihan media pada perancangan diantaranya :

1. **Media Primer (Media Utama)**

   Alternatif lain yang dipilih untuk menjelaskan kejadian, tempat bersejarah, data arkeologi, antropologi, etnografi, dan naskah kuno, adalah dengan menggunakan multimedia yang berisi media visual, seperti Gambar grafis, gambar grafis bergerak. Dan menggunakan media verbal seperti teks *audio.*

   Salah satu media yang dapat mendukung gambar, *audio*, dan gambar bergerak adalah aplikasi. Dan aplikasi yang digunakan diperuntukkan untuk *smartphone* dan tablet saja, karena selain mudah dibawa kemana saja, serta praktis, juga menurut survei Consumer Barometer, yang bekerja sama dengan Google. Tahun 2015 ini pengguna *smartphone* di Indonesia naik mencapai 43% dari total penduduk Indonesia, dibandingkan tahun lalu yang hanya mencapai 28% (www.consumerbarometer.com, akses 17 November 2015).

   Dan untuk mempermudah pembaca untuk mempelajari, memahami, dan mengingat kejadian, tempat bersejarah, data-data arkeologi, antropologi, etnografi, serta naskah kuno. Maka media ini akan dibuat dengan konsep interaktif.

   Dengan hal-hal tersebut dapat disimpulkan bahwa media utama yang dipilih adalah aplikasi novel interaktif untuk *smartphone* dan tablet.



III.1 Contoh E-book Interaktif pada Tablet

Sumber: jagadreview.com (2 Januari 2016)

Novel Interaktif ini hanya berisi satu bab dari Novel Nagabumi versi cetak yang terdiri dari 20 chapter, dengan di dalamnya terdapat 10 gambar grafis, 2 gambar grafis bergerak, 2 gambar grafis prasasti beserta terjemahan dalam tulisan sansekerta, dan 20 teks dari naskah kuno beserta suaranya. Selain itu, Aplikasi ini juga memiliki fitur kuis, untuk menambah daya ingat para pengguna tentang cerita dan ilmu pengetahuan yang ada dalam cerita Nagabumi.

2. **Media Pendukung.**

Media yang dipilih sebagai media pendukung yaitu media yang masih berbentuk digital, yakni: Video, untuk mempromosikan novel interaktif Nagabumi agar orang-orang tertarik untuk membeli dan mengunduh. Dan situs web dengan format *landing page*, untuk menampilkan berita dan informasi tentang aplikasi novel interaktif Nagabumi.

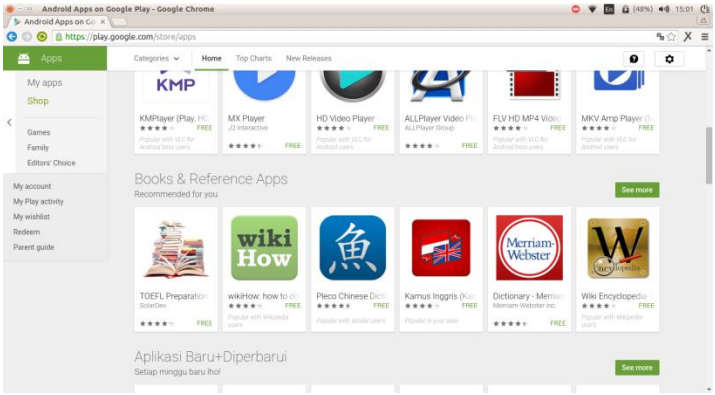


III.2 Contoh Situs Web dengan format *Landing Page*

(Dokumentasi Pribadi)

III.1.7 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Aplikasi novel interaktif Nagabumi akan langsung di distribusikan dalam Google Play *Store*, yang mana Google Play *Store* sendiri merupakan penyedia jasa layanan aplikasi android yang terbesar dan terpercaya. Dengan bantuan promosi melalui video yang diletakkan di Youtube, situs web Nagabumi, Sosial Media Gramedia dan Monitor di Toko Buku Gramedia.



III.3 Google Play *Store*
(Dokumentasi Pribadi)

Waktu Penyebaran dilakukan saat toko buku Gramedia sedang ramai yakni dari jam 18.00 hingga 21.00, setiap harinya. Sedangkan untuk waktu penyebaran melalui internet bisa dilakukan dan dilihat selama 24 jam penuh oleh pengunjung.

III.2 Konsep Visual



III.4 Contoh kombinasi gaya visual kartun, *vintage* dan *grunge* karya Brian Miller
Sumber: behance.net/ocs(2 Januari 2016)

Konsep visual yang akan dirancang terinspirasi dari beberapa jenis gaya visual, dan perancangan dibuat dengan mengombinasikanbeberapa gaya visual, seperti kartun, *vintage* dan *grunge*. Dimana yang dibuat dalam gaya visual kartun, berupa perancangan karakter dan interface. Lalu konsep *vintage* digunakan dalam tahap pewarnaan, serta grunge digunakan sebagai efek dalam konsep visual yang akan dirancang, yakni berupa efek *grain*, yakni sebuah efek tekstur yang membuat karya visual terlihat tidak halus, dengan ditandai noda titik yang berkumpul tidak beraturan. Kombinasi konsep tersebut dibuat untuk menawarkan kepada pengguna kesenangan dan suasana visual seperti naskah kuno.

III.2.1 Format Desain

Berhubung aplikasi ini dirancang untuk 2 jenis perangkat, maka format desain yang akan dibuat terdiri dari dua jenis, yakni:

- **Smartphone**

  Smartphone memiliki berbagai jenis ukuran, ada yang kecil dan juga besar.Tapi untuk perancangan desain ini, diterapkan dalam salah satu ukuran smartphone sebagai contoh.Dan ukuran yang dipilih adalah Smartphone ukuran 5” dengan resolusi 720px x 1280px.

- **Tablet**

  Sama seperti Smartphone, tablet juga memiliki berbagai jenis ukuran, ada yang kecil dan juga besar.maka untuk perancangan desain ini, diterapkan dalam salah satu ukuran smartphone sebagai contoh. Dan ukuran yang dipilih adalah Tablet ukuran 8” dengan resolusi 800px x 1280px.

III.2.2 Tata Letak / Layout

Konsep layout pada aplikasi novel Interaktif Nagabumi mengacu pada beberapa patokan dasar yang dipakai dalam merancang sebuah layout :

- **Proporsi (*Proportion*)**

  Proporsi yang dimaksud adalah kesesuaian antara ukuran layar smartphone dan tablet dengan isinya.

- **Keseimbangan (*Balancing*)**

  Prinsip keseimbangan merupakan suatu pengaturan agar penempatan elemen interface dalam suatu halaman memiliki efek seimbang.

- **Kontras (*Contrast*)**

  Menonjolkan unsur satu elemen interface yang terdapat pada sebuah materi objek sebuah halaman untuk memunculkan kekontrasan pada objek tersebut sehingga diperoleh fokus perhatian.

- **Irama (*Rhythm*)**

  Irama memiliki makna yang sama dengan repetition atau pola pengulangan yang menimbulkan irama yang menarik untuk diikuti

- **Kesatuan (*Unity*)**

  Prinsip kesatuan atau unity adalah hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri sendiri-sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru.

  Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan seperti halnya yang dilakukan dalam perancangan aplikasi novel interaktif Nagabumi ini.

III.2.3 Huruf

Pada perancangan aplikasi novel interaktif Nagabumi, jenis huruf yang digunakan dibagi dalam dua fungsi, yakni pertama, huruf untuk isi teks cerita, dan kedua, huruf untuk interface aplikasi. Karena keduanya memiliki tujuan yang berbeda. Huruf untuk isi cerita Nagabumi dimaksudkan agar para pembaca mudah untuk membaca isi teks, dengan ditandai penggunaan font jenis serif, serta agar terkesan suasana zaman dahulu atau *old school*, maka font yang cocok untuk kriteria tersebut adalah “Prestige Elite Std”. Sedangkan font yang digunakan dalam interface aplikasi adalah font dengan jenis serif, agar font lebih kontras untuk dilihat, karena font yang berada dalam interface digunakan dalam tombol atau judul. Sama seperti font untuk teks

cerita, font yang digunakan harus terkesan zaman dahulu atau old school dan profesional, maka font yang cocok untuk kriteria tersebut adalah “Abraham Lincoln”. Berikut ini merupakan jenis font yang digunakan dalam aplikasi.



III.5 Font Prestige Elite & Font Abraham Lincoln

(Dokumentasi pribadi)

III.2.4 Studi Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang memperjelas ide cerita atau narasi.Tujuan dari gambar ilustrasi adalah memperkuat, memperjelas, memperindah, mempertegas, dan memperkaya cerita atau narasi. Dan dalam perancangan aplikasi novel interaktif Nagabumi ini, ilustrasi diterapkan hanya dalam beberapa bagian cerita saja, yang penting dan memberi pengetahuan kepada pengguna, juga untuk memperjelas gambaran tentang tempat bersejarah yang ada di novel Nagabumi.



III.6 Sketsa Tempat

(Dokumentasi pribadi)

Oleh karena itu, gaya penggambaran latar tempat tersebut, harus dibuat menyerupai asli. Namun walaupun demikian, untuk penggambaran karakter, dibuat dengan gaya kartun, agar ilustrasi terlihat lebih menyenangkan di mata pengguna.



III.7 Sketsa Karakter
(Dokumentasi pribadi)

III.2.5 Warna

Pewarnaan yang digunakan pada aplikasi ini, menggunakan warna-warna vintage, dengan karakteristik, yakni soft atau lembut, warna tidak terlalu cerah, dan terlihat agak pudar.

Warna vintage tersebut dipilih untuk memberikan kesan suasana jaman dahulu kepada pengguna karena vintage identik dengan hal tersebut, berhubung cerita Nagabumi berlatar abad ke-8 – ke-9.

Warna yang digunakan dalam seluruh aplikasi ini, baik interface maupun ilustrasi adalah Merah, Hitam, Dan Krem. Yang dimana warna hitam melambangkan misteri dari cerita Nagabumi dan tokoh Pendekar Tanpa Nama, lalu warna krem melambangkan kesan untuk tidak lupa akan sejarah, dan warna merah melambangkan darah, karena pertarungan antara para pendekar silat.

III.2.6 Studi Lokasi

Dalam perancangan aplikasi novel interaktif Nagabumi, hanya beberapa lokasi yang dipilih dari sekian banyak lokasi yang diceritakan dalam novel Nagabumi, seperti Candi Borobudur di Yogyakarta, Pulau Kapur, pesisir pantai di Yogyakarta, desa tradisional di Jawa Tengah, dan pasar tradisional di Jawa Tengah



III.8 Susana pasar tradisional di jawa tengah

Sumber: pintuajaib.net (2 Januari 2016)

III.2.7 *User Interface* dan *User Experience*

User Interface merupakan bentuk tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna.*User Interface* ini, bisa terdapat dalam perangkat keras maupun lunak. Dan dalam aplikasi novel interaktif Nagabumi ini juga terdapat *user interface* di dalamnya. *User interface* dalam aplikasi ini dibuat dengan konsep batu dan naskah kuno, karena batu dan naskah kuno mencerminkan beberapa ilmu pengetahuan yang terdapat dalam cerita Nagabumi seperti data arkeologi dan kitab kuno.

Interface dengan konsep batu dibuat untuk tombol dan navigasi. Sedangkan *interface* dengan konsep naskah kuno dibuat untuk latar background dari setiap halaman novel interaktif Nagabumi.

Selain *User Interface*, dalam sebuah aplikasi terdapat juga *user experience*. Berbeda dengan *user interface*, *user experience* tidak dapat dilihat oleh pengguna, tetapi hanya dapat dirasakan.Hal yang dirasakan tersebut merupakan hasil dari kerja *user interface*

yang telah dibuat, apakah *interface* tersebut dapat bekerja dan mudah dimengerti oleh para pengguna.Oleh karena itu, perancangan studi *user experience* juga untuk aplikasi ini perlu dilakukan.

Hal yang menjadi tolak ukur dalam kasus ini adalah kemudahan dalam pemakaian agar pengguna dengan usia 40+ tidak kesulitan dalam menggunakan aplikasi ini. Dengan hal itu, interface pun dibuat menjadi lebih minimalis agar pengguna tidak pusing dalam memilih tombol-tombol yang ada.Lalu penggunaan warna dan tampilan lebih kontras dari teks cerita, dan penambahan petunjuk penggunaan saat pertama kali menggunakan aplikasi ini.