

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak ialah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi, sedangkan sasaran ialah tujuan dari kegiatan untuk mencapai tujuan utama (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2019) sehingga dapat dikatakan khalayak sasaran adalah kelompok dalam masyarakat yang dijadikan sebagai sasaran dengan tujuan untuk mencapai target yang sudah ditentukan.

A. Demografis

Demografis adalah pengelompokan pasar berdasarkan variabel-variabel usia, jenis kelamin, kelas sosial dan pekerjaan (Suyanto, 2005).

Usia : 25-35 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Status Ekonomi : Menengah dan menengah atas

Pekerjaan : Ibu rumah tangga, Pegawai dan Wiraswasta

Khalayak sasaran yang dipilih yaitu orang tua muda dengan usia 25-35 tahun. Usia tersebut dipilih karena berdasarkan hasil kuesioner menunjukkan sebagian besar orang tua yang baru memiliki anak diusia dewasa awal. Pemilihan ini sesuai dengan permasalahan orang tua baru yang merasa kesulitan dalam mengurus bayinya.

B. Geografis

Geografis adalah pengelompokan pasar yang dibagi menjadi beberapa bagian geografi yang berbeda-beda seperti wilayah, negara, provinsi dan kota (Suyanto, 2005). Segmentasi lokasi khalayak sasaran untuk perancangan ini adalah kota-kota besar yang ada di Indonesia. Sebab di kota besar akses internet dapat lebih mudah didapat dan jangkauan yang lebih luas.

C. Psikografis

Psikografis merupakan pengelompokan pasar yang terdiri dari gaya hidup, kelas sosial, dan karakteristik (Kotler, 2008). Dalam segmentasi psikologis orang tua diusia dewasa awal mulai memiliki pengalaman baru dalam hidupnya. Hurlock

(1996) menjelaskan bahwa “yang menonjol pada masa dewasa awal yaitu dalam tahun-tahun awal masa dewasa dalam tahun - tahun awal banyak terjadi masalah baru yang harus dihadapi, dari segi utamanya berbeda dengan dari masalah-masalah yang sudah dialami sebelumnya”. Sehingga dalam kehidupan berumah tangga orang tua baru pasti mengalami permasalahan salah satunya yang berurusan dengan masalah mengurus bayinya.

D. Consumer Insight

Menurut Maulana (2009) *consumer insight* adalah sebuah cara untuk menemukan hal mengenai perilaku, latar belakang dan pemikiran seorang konsumen. *Consumer insight* ditetapkan berdasarkan khalayak sasaran yaitu orang tua diumur dewasa awal yang baru memiliki bayi. Dalam *Consumer insight*, orang tua dapat memahami akan tiap arti tangisan bayi dan solusi yang dilakukanya. Mendapat informasi pendukung untuk mempermudah orang tua dalam menenangkan maupun merawat bayi dalam kondisi tertentu.

E. Consumer Journey

Consumer journey dibuat untuk mengetahui aktivitas khalayak sasaran sebagai cara untuk menentukan media-media yang akan dibuat. Agar media tersebut tepat sasaran, maka diperlukan perencanaan yang baik. Khalayak sasaran pada *consumer journey* ini adalah seorang ibu rumah tangga yang mewakili sebagai orang tua muda.

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

Waktu	Kegiatan	Tempat	Point of Contact
05.30 – 05.00	Bangun Tidur	Kamar Tidur	Kasur,Bantal,Guling, Jam Dinding
05.00 – 06.00	Menyusui Bayi	Kamar Tidur	Kasur,Bantal,Guling, Lemari,TV, Dot Bayi
06.00 – 08.00	Menidurkan Bayi	Kamar Tidur	Kasur,Bantal,Guling, Lemari,TV,Empeng, Jam Dinding

08.00 – 08.15	Bangunin Bayi	Kamar Tidur	Kasur, Cermin, Bantal Guling, Lemari, TV, Jam Dinding
08.15 – 08.30	Mandiin Bayi	Kamar Mandi	Gayung, Handuk, Cermin, Sabun, Sikat Gigi
08.30 – 08.15	Jemur Bayi	Halaman Rumah	Kereta Bayi, Bedong
08.15 – 08.45	Pakai Baju Bayi	Kamar Tidur	Kasur, Cermin, Bantal, Lemari, Bedak Bayi, Pakaian Bayi
08.45 – 09.00	Memberi Makan Bayi	Ruang Makan	Perlengkapan Makan Bayi, Dot, Meja Makan, Kursi Makan
09.00 – 09.30	Mandi, Nyuci Baju	Kamar Mandi	Gayung, Handuk, Cermin, Sabun, Sikat Gigi
09.30 – 10.00	Makan	Ruang Makan	Makanan, Meja Makan, Kursi Makan
10.00 – 10.30	Periksa Kesehatan Bayi	Puskesmas	X-Banner, Poster, Brosur, Alat kesehatan, Totebag
10.30 – 11.00	Beres-beres baju bayi	Kamar Tidur	Kasur, Lemari, Pakaian bayi, <i>Handphone</i>
11.00 – 11.30	Istirahat, Nonton TV, <i>Browsing, Main handphone, Cek Sosial Media</i>	Ruang Tengah	TV, Sofa, <i>Handphone,</i>
11.30 – 12.00	Nyapu, Beres-beres rumah	Ruang Tengah	Sapu, Kursi, Meja, Lemari, Lantai
12.00 – 13.00	Istirahat, Nonton TV,	Ruang Tengah	Sofa, TV, <i>Handphone</i>

	Main <i>handphone</i>		
13.00 – 13.15	Angkat Jemuran	Halaman Rumah	Baju, Jemuran, Tanaman
13.15 – 14.00	Beres - beres baju kering, <i>main handphone</i>	Ruang tengah	Pakaian Bayi, Sofa, TV, Meja, <i>Handphone</i>
14.00 – 14.30	Makan Siang, Menyusui bayi	Ruang Makan	Makanan, Peralatan Makan, Dot, Kursi Makan
14.30 – 15.00	Ganti Popok	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Lemari, Popok, Bedak Bayi, Pakaian bayi
15.00 – 15.30	Jalan – Jalan Sore	Taman	Pakaian Bayi, Sepatu Bayi, Kereta Bayi, Poster
15.30 – 16.00	Tidur	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Empeng, Jam Dinding
16.00 – 16.30	Nyeka Bayi, Bajuin Bayi	Kamar Mandi	Lap, Handuk, Bedak, Pakaian Bayi
16.30 – 17.00	Menyusui Bayi	Ruang Tengah	Sofa, TV, Dot, Susu
17.00 – 17.30	Mandi	Kamar Mandi	Gayung, handuk, cermin, sabun, sikat gigi
17.30 – 18.00	Istirahat, Nonton TV, Main <i>handphone</i>	Ruang Tengah	Sofa, TV, Meja, <i>Handphone</i>
18.00 – 19.00	Makan Malam	Ruang Makan	Makanan, Peralatan Makan, Kursi Makan

19.00 – 20.00	Menyusui Bayi	Ruang Tengah	Sofa, TV, Dot, Susu
20.00 – 21.00	Istirahat, Nonton TV, Main <i>handphone</i>	Ruang Tengah	Sofa, TV, <i>Handphone</i>
21.00 – 05.30	Tidur	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Jam Dinding

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa khalayak sasaran dalam kesehariannya tidak terlepas dari *handphone* ketika sedang beristirahat setelah selesai mengurus bayinya.

III.2. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat adalah untuk memberikan informasi dan pengetahuan mengenai bahasa bayi yang ditunjukkan kepada orang tua yang baru memiliki bayi. Agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik, maka diperlukan media yang mampu menarik khalayak sasaran. Upaya yang dilakukan yaitu dengan membuat aplikasi berbasis android, agar khalayak sasaran dapat dengan mudah dalam mengakses informasi dan efektif dalam penggunaannya. Sebab kini penggunaan *handphone* menjadi salah satu kebutuhan untuk mempermudah pekerjaan manusia dalam kehidupan sehari -hari.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi pada perancangan informasi bahasa bayi adalah agar khalayak sasaran dapat memahami dengan baik cara berkomunikasi dengan bayi melalui arti dari tangis dan bahasa tubuhnya.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan aplikasi ini yaitu berupa komunikasi visual dan verbal. Komunikasi visual dipilih karena dengan diadakannya visual, orang tua akan lebih tertarik dalam melihat isi konten dan mudah dalam memahami mengenai informasi yang akan disampaikan. Sedangkan

komunikasi verbal yaitu berupa teks dan audio. Penggunaan teks digunakan selain untuk memberikan informasi terkait bahasa bayi juga untuk memberikan keterangan dari setiap visual yang ditampilkan. Sama halnya seperti teks, audio sangat diperlukan untuk memberi informasi mengenai contoh dari tiap suara tangisan bayi, sehingga orang tua dapat mendengar contoh suara tangisan bayi yang berbeda-beda disetiap tangisan. Selain itu juga untuk suara latar untuk memberikan suasana pada aplikasi, agar orang tua tidak merasa bosan ketika membaca informasi yang ada didalamnya. Berikut merupakan pendekatan komunikasi yang diterapkan:

III.2.2.1. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan dalam sebuah perancangan aplikasi ini menyusung gaya visual *flat modern design* dan semi kartun. Dimana gaya ini dipilih karena dengan penggunaan *flat modern* memiliki tampilan yang sederhana dan layout terbentuk rapi. Sehingga *user/pengguna* dapat menggunakan aplikasi ini dengan mudah dan aplikatif.



Gambar III.1. Gaya *Flat Modern Design*

Sumber: <https://cdn.dribbble.com/users/1924782/screenshots/5854686/attachments/1261449/tiw428f0501.png>

(Diakses pada 15/07/2019)

Dalam pemilihan ilustrasi menggunakan gaya ilustrasi semi kartun dengan jenis ilustrasi editorial. Ilustrasi editorial adalah ilustrasi yang digunakan untuk menggambarkan manuskrip atau untuk mengisi buku ataupun aplikasi.



Gambar III.2. Gaya Semi Kartun

Sumber: https://www.syfy.com/sites/syfy/files/styles/1292xauto/public/idw_april_2019_17.jpg
(Diakses pada 15/07/2019)

III.2.2.2. Pendekatan Verbal

Penggunaan jenis bahasa dalam perancangan aplikasi bahasa bayi ini sepenuhnya menggunakan bahasa Indonesia. Adapun gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia baku dan tidak baku. Bahasa Indonesia dipilih sebagai bahasa utama yang digunakan dalam aplikasi karena *user/pengguna* atau khalayak sasaran adalah orang Indonesia. Penggunaan gaya bahasa baku dimasukkan pada bagian informasi mengenai bahasa bayi, agar informasi yang ada didalamnya dapat mudah dipahami. Sedangkan penggunaan bahasa tidak baku digunakan pada bagian *opening* dimaksudkan untuk menarik perhatian *user/pengguna* yang akan menggunakan aplikasi untuk pertama kali dan menyatakan jika aplikasi ini bersifat santai dan tidak menggurui.

Dalam pendekatan audio aplikasi ini menggunakan audio musik latar dan suara tangisan bayi. Musik latar yang digunakan berupa instrumen yang berjudul Baby music for playtime - happy background music for babies yang dinaungi oleh *channel* youtube "Baby's Music". Musik tersebut berlisensi dan memiliki *copyright*, jika ingin memiliki hak paten lagu maka harus membayarnya. Berhubung musik latar ini dipakai sebagai konteks pendidikan dan tidak bersifat komersial maka dapat digunakan dalam perancangan ini. Musik latar tersebut digunakan karena memiliki nuansa yang ceria sehingga dapat menghadirkan

suasana yang menyenangkan, menjadikan sebuah aplikasi yang tidak membosankan untuk para *user*/penggunanya.

III.2.3. Mandatory

Mandatory adalah seseorang yang berkaitan untuk menerima sebuah mandat atau perintah (Syamsuri, 2010, h.244). *Mandatory* dalam aplikasi ini adalah Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Hal ini dipilih sebab dalam informasi yang terkait dalam aplikasi berhubungan dengan kesehatan anak.



Gambar III.3. Logo Kemenkes RI

Sumber: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/de/Logo_of_the_Ministry_of_Health_of_the_Republic_of_Indonesia.png/800px-Logo_of_the_Ministry_of_Health_of_the_Republic_of_Indonesia.png
(Diakses pada 15/07/2019)

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) adalah kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan kesehatan. Kementerian Kesehatan berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Alamat Kantor Pusat : Jalan H.R. Rasuna Said Blok X.5 Kav. 4-9, Jakarta Selatan 12950, DKI Jakarta, Indonesia.

Website : www.kemkes.go.id

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan terdapat beberapa yang ingin disampaikan pada aplikasi ini yaitu ingin memberikan informasi mengenai komunikasi yang dilakukan bayi berdasarkan tangisan dan gerak tubuhnya, solusi menangani bayi yang menangis, informasi dampak terlalu lama menangis, dan info mengenai pertumbuhan dan perkembangan anak melalui kartu menuju sehat.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah Sebuah cara dalam menyampaikan pemahaman melalui bahasa yang berbeda sehingga dapat menggambarkan seseorang atau pengguna bahasa. (Keraf, 2010, h.113).

Penggunaan gaya bahasa yang dipakai dalam aplikasi ini yaitu dengan menggunakan majas deskriptif dan alegori. Majas alegori dalam KBBI atau Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan majas untuk menerangkan atau menyebutkan sesuatu dengan kiasan. Majas alegori digunakan pada *opening* aplikasi pada kata “buah hati” yaitu sebagai penggambaran untuk anak atau bayi.

Menurut Keraf (dalam Setyawan, 2014) deskripsi adalah sebuah bentuk Informasi yang detail yang terbentuk melalui tulisan. Gaya bahasa tersebut baik digunakan karena dalam aplikasi Pintar Bahasa Bayi terdapat informasi yang harus disampaikan secara jelas dan aplikatif.

III.2.6. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan adalah memberikan informasi kepada khalayak sasaran atau pengguna aplikasi yaitu orang tua baru yang memiliki bayi, mengenai bahasa bayi melalui aplikasi yang dapat digunakan pada *handphone*.

III.2.6.1. Copywriting

Copywriting adalah teknik dalam sebuah tulisan yang diciptakan untuk mempengaruhi orang lain agar meningkatkan penjualan suatu produk atau layanan (Helianthusonfri, 2013: h.26). Penggunaan *copywriting* pada aplikasi ini yaitu berada di bagian judul dari aplikasi itu sendiri yaitu “Pintar Bahasa Bayi”. Nama tersebut digunakan untuk identitas dengan tujuan agar dapat dikenal oleh khalayak sasaran atau pengguna. Pada bagian *headline* dengan nama “Pintar” kata tersebut dipilih karena untuk mengetahui jika aplikasi ini berbasis informasi sehingga orang tua dapat menambah ilmu dari informasi yang ada didalam aplikasi tersebut. Sedangkan pada *subheadline* dengan nama “Bahasa Bayi” kata tersebut dipakai untuk mengetahui informasi didalam aplikasi ini mengenai bahasa bayi.

III.2.6.2. Storyline

Storyline merupakan informasi yang terdapat dalam naskah yang membahas mengenai alur dan gambar yang akan ditampilkan pada suatu media (Helianthusonfri, 2016, h. 27). Berikut *storyline* dari aplikasi Pintar Bahasa Bayi:

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

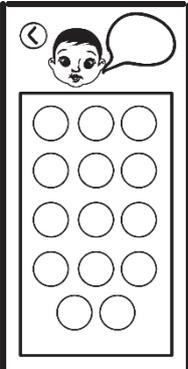
Halaman	Button	Gambar	Teks
<i>Opening</i>	<i>Button</i> lanjut diletakan di kanan bawah	Ilustrasi disimpan ditengah	Teks keterangan kata sambutan dan penjelasan singkat aplikasi
<i>Home</i>	<i>Button</i> kesehatan, komunikasi bayi, arti tangisan bayi, info anak berada di tengah. <i>Button</i> belanja, keluar berada di pojok atas.	Ilustrasi disimpan dibawah <i>button</i> menu utama	-
Kesehatan	<i>Button</i> kembali diletakan di kiri atas	Ilustrasi diletakan diatas	Teks mengenai informasi diletakan di tengah
Komunikasi Bayi	<i>Button</i> kembali diletakan di kiri atas, empat menu cara bayi berkomunikasi	Ilustrasi diletakan dikiri tengah	Teks mengenai informasi diletakan di bawah

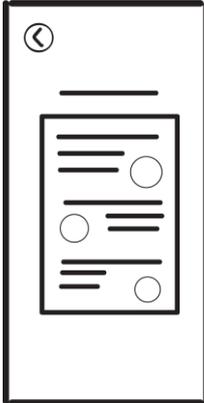
Arti Tangisan Bayi	<i>Button</i> kembali diletakan di kiri atas, 13 menu arti tangisan bayi	Ilustrasi diletakan diatas	-
Info Anak	<i>Button</i> kembali diletakan di kiri atas, 2 menu KMS dan Tanya dokter diletakan ditengah	-	-
Menu isi Arti Tangisan Bayi	<i>Button</i> kembali diletakan di kiri atas, dan <i>Button</i> Solusi dan suara diletakan diatas	Ilustrasi diletakan ditengah (tergantung penyebab menangis)	Teks mengenai informasi diletakan ditengah
Menu Isi Komunikasi Bayi	<i>Button</i> kembali diletakan di kiri atas,	-	Teks penjelasan diletakkan ditengah

III.2.6.3. Storyboard

Storyboard merupakan representasi visual dari storyline yang berisi alur dan susunan gambar. (Helianthusonfri, 2016: h. 28). *Storyboard* dibuat untuk mempermudah mendeskripsikan tampilan aplikasi dari alur navigasi yang telah dibuat. Dalam pembuatan *storyboard* aplikasi Pintar Bahasa Bayi menyesuaikan dengan tampilan halaman dari masing – masing menu utama yang ditampilkan. Dimulai dari tampilan *opening*, *home*, kesehatan, komunikasi bayi, arti tangisan bayi, dan sampai dengan halaman info anak. Berikut storyboard dari aplikasi Pintar Bahasa Bayi:

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

Halaman	Tampilan	Halaman	Tampilan
Opening		Home	
Kesehatan		Komunikasi Bayi	
Arti Tangisan Bayi		Info Anak	

<p>Menu isi Arti Tangisan Bayi</p>		<p>Menu Isi Komunikasi Bayi</p>	
--	---	-------------------------------------	---

III.2.7 Strategi Media

Strategi media merupakan suatu langkah untuk menyampaikan sebuah pesan/*message* dan informasi kepada khalayak sasaran.(Cangara, 2006, h.119). Penyesuaian media harus diperhatikan berdasarkan khalayak sasaran, agar tujuan dari perancangan ini dapat tercapai. Dalam perancangan ini media yang dibuat menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung.

III.2.7.1. Media Utama

Media utama yang dibuat adalah sebuah mobile aplikasi berbasis android. Mobile aplikasi merupakan sebuah perangkat lunak/*software* yang diciptakan dan diteruntukan perangkat *smartphone*, untuk mendapatkan aplikasinya dengan cara mendownload *software* tersebut ditoko aplikasi agar dapat digunakan. Dalam mobile aplikasi Pintar Bahasa Bayi ini dapat diunduh di Google Play. Kategori aplikasi berupa edukasi yang didalamnya berisi informasi mengenai bahasa bayi, baik berupa panduan berkomunikasi dengan bayi dan mengenali 14 arti tangisan bayi. Jenis aplikasi yang dibuat adalah aplikasi *offline*, namun jika *user/pengguna* akan masuk kebagian menu belanja otomatis membutuhkan koneksi internet. Pemilihan aplikasi sebagai media utama bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai bahasa bayi dengan cara yang menyenangkan, mudah dipahami dan aplikatif sehingga diharapkan *user/pengguna* dapat mudah dalam memahami isi kontennya dan dapat mempraktekannya dalam kehidupan sehari-hari. Berikut merupakan isi dan alur aplikasi:

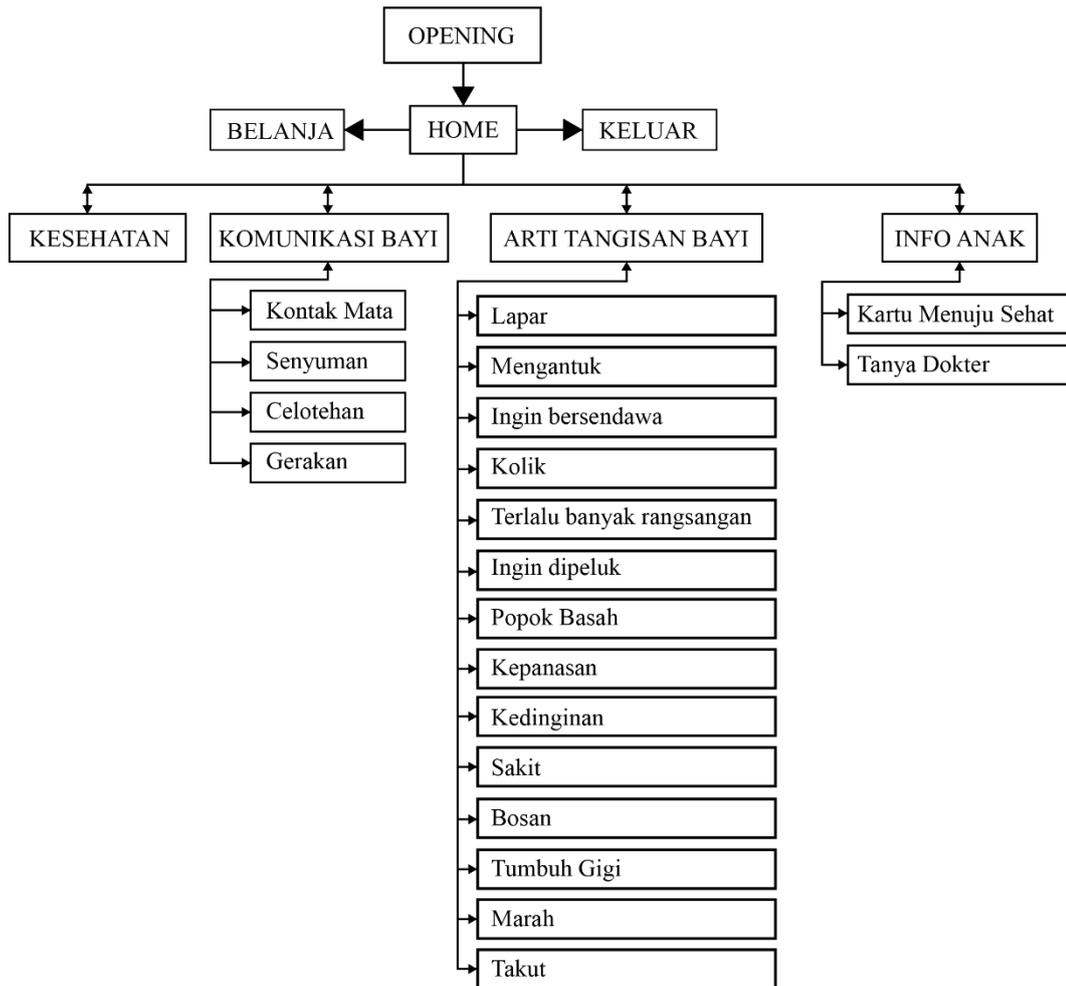
a. Konten

Berikut konten yang terdapat dalam aplikasi Pintar Bahasa Bayi :

- *Opening*
Merupakan halaman pertama kali masuk sebelum masuk menu *home*, dibuat untuk memperkenalkan fitur-fitur yang ada didalam aplikasi. Terdapat 3 halaman *opening* yang tersedia.
- Halaman Menu/*Home*
Berisi pilihan menu utama seperti menu kesehatan, komunikasi bayi, arti tangisan bayi, info anak, dan belanja. Terdapat pula tombol keluar, suara dan *copyright*.
- Halaman Kesehatan
Didalam halaman ini berisi mengenai dampak terlalu lama bayi menangis.
- Halaman Komunikasi Bayi
Didalam halaman ini berisi mengenai macam-macam komunikasi yang dilakukan oleh bayi. Terdapat 4 menu didalamnya seperti kontak mata, senyuman, celotehan dan gerakan.
- Halaman Arti Tangisan Bayi
Didalam halaman ini berisi 14 pilihan menu mengenai Arti Tangisan Bayi.
- Halaman Info Anak
Didalam halaman ini berisi mengenai 2 menu pilihan yaitu kartu menuju sehat dan tanya dokter.
- Halaman Belanja
Halaman ini langsung menuju ke aplikasi Shoppe untuk membeli segala *merchandise* yang tersedia.

b. Sistem Navigasi

Sistem navigasi merupakan sistem kendali yang penting dalam sebuah pengendalian objek (Asmiatun, 2017, h.60). Berikut merupakan sistem navigasi dalam aplikasi Pintar Bahasa Bayi:



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

III.2.7.2. Media Pendukung

Media pendukung berperan untuk membantu mempromosikan media utama yang bertujuan agar menarik khalayak sasaran. Dalam perancangan ini menggunakan beberapa media pendukung, berikut diantaranya:

- Poster

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) poster merupakan plakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan). Ada dua jenis poster yang dibuat yaitu berupa poster berbentuk digital dan cetak. Untuk poster berbentuk digital akan disebarakan melalui sosial media instagram dan facebook. Hal ini dipakai sebab khalayak sasaran sering menggunakan sosial media untuk berinteraksi dengan orang lain, sehingga penyebaran poster yang berbasis

komersial akan lebih efektif dan efisien untuk memperkenalkan aplikasi. Sedangkan poster cetak akan dicetak menggunakan kertas *artpaper* 150gr sebesar A3 (29,7cm x 42cm). Penempatan poster cetak akan dipasang di tempat seperti Puskesmas, Posyandu dan Rumah Sakit Ibu dan Anak. Sebab disana merupakan tempat yang sering dilalui oleh khalayak sasaran dan tempat yang berkaitan akan kesehatan anak.

- X-Banner

X-Banner merupakan salah satu media cetak yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi atau hal lainnya yang dapat dilihat oleh banyak orang (Juju, 2007, h.47). X-Banner dipilih sebab dalam penyampaian informasi dapat menarik perhatian orang lain yang melihatnya. Dengan ukuran yang cukup tinggi sebesar 60cm x 160cm dengan menggunakan bahan cetak *flexy german*. Pemasangan X-Banner akan ditempatkan di Puskesmas maupun Posyandu pada *event* tertentu.

- Stiker

Stiker adalah sebuah media informasi ataupun promosi berupa gambar yang dapat ditempelkan dimana saja sebagai identitas agar mudah dikenali oleh orang banyak. Stiker yang dibuat dengan ukuran 6cm x 7cm, 4cm x 8cm, 6cm x 4cm menggunakan bahan *vinyl* dengan laminasi *glossy*. Stiker menjadi salah satu media promosi pengingat. Penyebaran dengan cara dibagikan secara gratis kepada khalayak sasaran.

- Jam Dinding

Jam dinding adalah sebuah pengingat waktu yang ditempelkan pada dinding juga dapat difungsikan sebagai hiasan rumah. Pemilihan *merchandise* berupa jam dinding dimaksudkan karena khalayak sasaran memerlukan waktu dalam setiap kebutuhan sehari-hari dalam mengurus bayinya. Jam dinding dijual melalui Shoppe dengan harga Rp.30.000/buah. Penggunaan logo aplikasi dalam desain jam agar khalayak sasaran selalu ingat akan keberadaan aplikasi “Pintar Bahasa Bayi”.

- Kupluk dan Sarung Tangan Bayi

Kupluk adalah sebuah penutup kepala yang difungsikan untuk menghangatkan kepala, sedangkan sarung tangan adalah sejenis kain yang dibuat untuk menutupi

tangan. Kupluk dan sarung tangan menggunakan bahan *cotton* sehingga memiliki tekstur yang lembut dan aman bagi bayi. Penggunaan kupluk dan sarung tangan bayi dipakai sebagai *merchandise* dimaksudkan karena khalayak sasaran memerlukan untuk kebutuhan pakaian sehari-hari. Kupluk dan sarung tangan dijual dengan harga Rp. 25.000/pcs. Dalam kemasan terdapat *Qr Code* untuk langsung terhubung ke Google Play dan nama sosial media yang tercantum.

- **Empeng**

Empeng/Silicone Pacifier menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah dot kosong tanpa botol susu. Penggunaan empeng sebagai *merchandise* sebab menjadi salah satu kebutuhan dalam menenangkan bayi ketika menangis ketika ia merasa lapar namun tidak ingin menyusui. Empeng dijual dengan harga Rp. 25.000/buah. Dalam kemasan terdapat nama sosial media instagram dan facebook yang tercantum sehingga memungkinkan khalayak untuk mengunjunginya dan mendapatkan link untuk mengunduh aplikasi.

- **Case Handphone**

Case Handphone adalah sebuah jenis aksesoris *handphone* yang memiliki fungsi sebagai pelindung dari *body handphone*. Penggunaan *case* akan dijadikan sebagai *merchandise* yang akan didistribusikan pada *online shop* “Shopee”. Pemesan dapat *request* sesuai dengan jenis *handphone* yang dipakai dengan stok gambar *case* yang telah disediakan. Harga *case* yang dijual seharga Rp 80.000/pcs untuk bahan *hardcase*

- **Popsocket**

Popsocket adalah sebuah perusahaan dibidang aksesoris *handphone* yang berada di Boulder, Colorado. Salah satu produk yang terkenal dimasyarakat adalah *popsocket* yang berfungsi untuk penyangga *handphone*. Penggunaan *popsocket* akan dijadikan sebagai *gimmick* yang akan dibagikan pada saat *event* tertentu. Hal ini dimaksudkan agar khalayak sasaran dapat merasa senang dan menjadikan *popsocket* salah satu media untuk promosi.

- Botol Susu Bayi

Botol susu bayi merupakan sebuah benda yang dijadikan sebagai alat untuk bayi meminum sesuatu baik itu susu ataupun lainnya. Penggunaan botol susu menjadi sebuah *merchandise* sebab botol susu menjadi salah satu kebutuhan bayi yang penting pada saat ia merasa lapar. Botol susu bayi dijual dengan harga Rp 30.000/buah. Penggunaan logo identitas pada botol agar orang tua yang melihat dapat mengetahui jika ada aplikasi edukasi bernama Pintar Bahasa Bayi.

- *Totebag*

Totebag merupakan tas jinjing yang berbentuk kotak yang dilengkapi dua buah tali pegangan di atasnya. *Totebag* dipilih karena untuk menyimpan segala kebutuhan barang-barang bayi seperti menyimpan botol susu dan lainnya. Jenis bahan yang digunakan pada *totebag* adalah kain blacu, kain tersebut dipilih karena memiliki tekstur yang halus dan kuat. *Totebag* dijadikan sebagai *merchandise* yang dapat dibeli secara online di Shoppe dengan harga Rp 45.000/pcs.

- Sepatu Bayi

Sepatu bayi merupakan sebuah alas kaki yang digunakan untuk melindungi kaki bayi saat berjalan. Sepatu bayi digunakan sebagai *merchandise* sebab sepatu digunakan pada saat anak diajak untuk bermain keluar sehingga menjadi salah satu kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Sepatu tersebut dijual melalui aplikasi Shoppe dengan harga Rp 50.000/pcs, pemesan dapat memilih ukuran sepatu sesuai ukuran kaki dan usia bayi. Dalam kemasan terdapat nama sosial media instagram dan facebook yang tercantum sehingga memungkinkan khalayak untuk mengunjunginya dan mendapatkan link untuk mengunduh aplikasi.

- *Feeding Set Baby*

Feeding Set Baby atau Perlengkapan makan bayi adalah segala peralatan makan bayi untuk kebutuhan pakannya. *Feeding Set Baby* digunakan sebagai *merchandise* sebab makan merupakan kebutuhan paling penting untuk pertumbuhan dan perkembangan bayi, sehingga orang tua dapat membeli perlengkapan tersebut melalui Shoppe dengan harga Rp.50.000/set. Dalam kemasan terdapat nama sosial

media instagram dan facebook yang tercantum sehingga memungkinkan khalayak untuk mengunjunginya dan mendapatkan link untuk mengunduh aplikasi.

- Gantungan Kunci

Gantungan kunci adalah sebuah media promosi yang digunakan juga sebagai aksesoris yang dikaitkan pada lubang kunci atau lainnya. Penggunaan gantungan kunci sebagai *gimmick* yang akan dibagikan pada event tertentu. Hal ini diharapkan dengan diberikannya gantungan kunci khalayak sasaran akan mengingatkan dari media utama, juga untuk memberikan rasa memiliki terhadap media utama. Penggunaan gambar dengan mencantumkan logo aplikasi agar khalayak sasaran yang lain dapat mengenali adanya sebuah aplikasi “Pintar Bahasa Bayi”.

III.2.8. Strategi Distribusi Dan Waktu Penyebaran Media

Aplikasi ini pertama kali akan dirilis pada tanggal 23 Juli 2019, sebab perilisannya aplikasi Pintar Bahasa Bayi ini tepat dengan peringatan hari anak Indonesia. Hal ini dimanfaatkan sebagai waktu yang tepat dalam merilis aplikasi ini karena dengan penyesuaian waktu yang tepat maka khalayak sasaran akan lebih tergugah untuk mengunduh aplikasi ini apalagi aplikasi ini dinaungi oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Profit yang didapatkan adalah penjualan *merchandise* akan disumbangkan pada anak-anak penderita gizi buruk di Kota Bandung. Strategi distribusi dan waktu penyebaran media yang akan dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.4. Tabel *Timeline* Distribusi Media
Sumber: Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Juli				Agustus				September			
Media Utama	Aplikasi												
Media Promosi	Poster Cetak												
	Poster Digital												
	X Banner												
<i>Merchandise</i>	Jam Dinding												

	Kupluk & Sarung Tangan Bayi																		
	Empeng																		
	Sepatu Bayi																		
	Botol Bayi																		
	<i>Tote Bag</i>																		
	<i>Feeding Set Baby</i>																		
	<i>Case Handphone</i>																		
<i>Gimmick</i>	<i>Popsocket</i>																		
	Stiker																		
	Gantungan Kunci																		

Aplikasi akan dirilis pada bulan Juli 2019. Media pendukung lainnya akan disebar di kota-kota Besar di Indonesia Seperti Bandung, Jakarta dan lain-lain. Acara *Launching* perdana akan dilakukan pada *event* acara hari anak indonesia pada tanggal 23 Juli 2019 selama 3 hari kedepan.

Tabel III.5. Tabel Tempat Penyebaran Media
Sumber: Pribadi (2019)

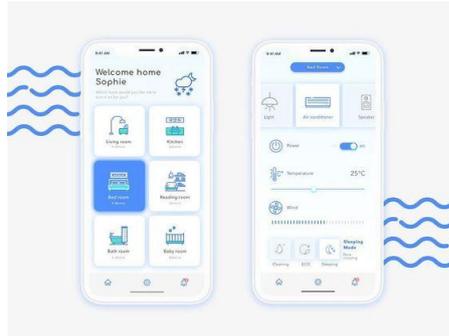
Jenis Media	Media	Penyebaran			
		Google Play	Instagram & Facebook	Puskesmas, Posyandu, Rumah Sakit	Shopee
Media Utama	Aplikasi				
Media Promosi	Poster Cetak				
	Poster Digital				
	X Banner				
<i>Merchandise</i>	Jam Dinding				

	Kupluk & Sarung Tangan Bayi											
	Empeng											
	Sepatu Bayi											
	Botol Bayi											
	Tote Bag											
	Feeding Set Baby											
	Case Handphone											
Gimmick	Popsocket											
	Stiker											
	Gantungan Kunci											

Media utama yaitu aplikasi akan dipublikasikan melalui Google Play. Media promosi yaitu poster cetak akan dipublikasikan di kawasan Posyandu, Puskesmas dan Rumah Sakit Ibu dan Anak. Sedangkan poster digital disebarakan melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Kemudian *merchandise* lainnya dapat dibeli di Shoppe. Sementara itu *gimmick* berupa sticker, *popsocket* dan gantungan kunci diberikan secara gratis.

III.3. Konsep Visual

Konsep visual yang usung dalam aplikasi ini yaitu menggunakan gaya visual *flat modern design*. Dimana memiliki tampilan yang sederhana dan menarik. Sehingga dalam penggunaan aplikasi para *user/pengguna* dapat dengan mudah dalam memahami isi dari konten yang ada didalamnya. Penggunaan *icon* pada aplikasi dibuat dengan sederhana agar pengenalan isi konten dapat dikenali dengan mudah.



Gambar III.5. Desain Flat Modern
Sumber: <https://i.pinimg.com/originals/c2/b2/95/c2b295c8fcee24552a7fc5d5a77e6685.jpg>
(Diakses pada: 16/07/2019)



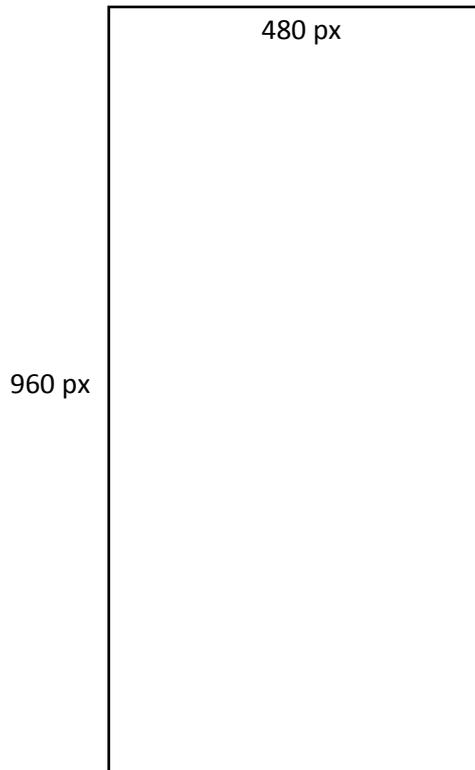
Gambar III.6. Ilustrasi
Sumber: https://66.media.tumblr.com/0007c71e21a07b40c12bd2781df9d217/tumblr_p5m1mba2Ag1vm7nl0o1_500.png
(Diakses pada: 16/07/2019)

Sedangkan dalam pemilihan ilustrasi menggunakan gaya ilustrasi semi kartun dengan jenis ilustrasi editorial, ilustrasi ini menampilkan visual kartun vector yang simple namun memiliki ekspresi atau mimik muka yang jelas terlihat sama dengan objek aslinya. Penggunaan ilustrasi ini dipilih dalam aplikasi Pintar Bahasa Bayi agar pemahaman antara visual dengan teks informasi dapat dipahami dengan baik.

III.3.1. Format Desain

Pada perancangan aplikasi, format desain yang digunakan memiliki resolusi layar 480 pixel x 960 pixel, dengan posisi potrait. Resolusi layar tersebut dipilih karena akan menghasilkan gambar yang jernih dan menyesuaikan dengan format ukuran

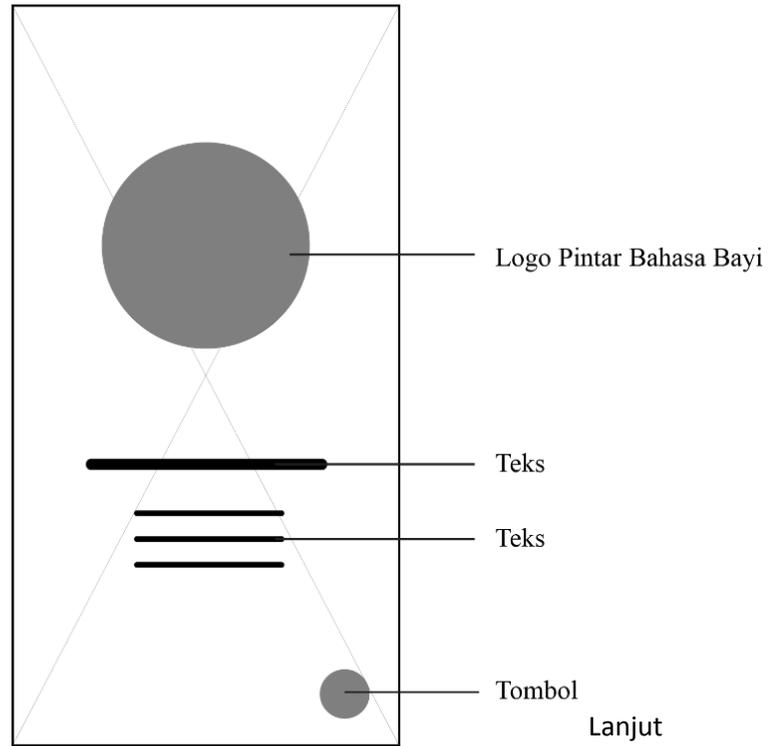
handphone jaman kini yaitu aspek ratio 18:9. Aplikasi ini dapat dipasang pada smartphone Android.



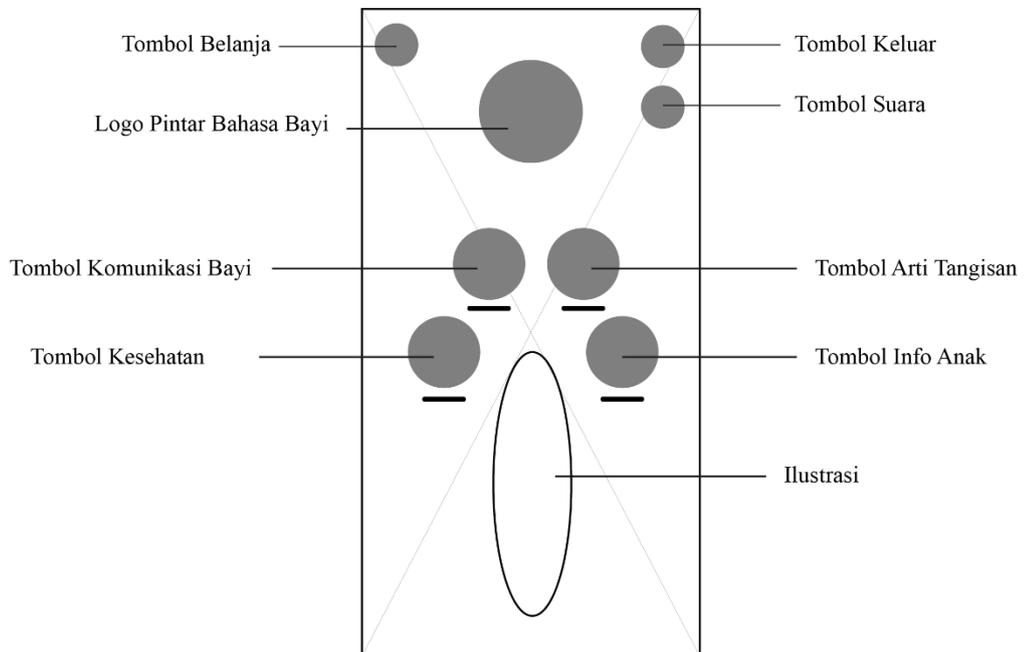
Gambar III.7. Format Desain
Sumber: Pribadi (2019)

III.3.2 Tata Letak

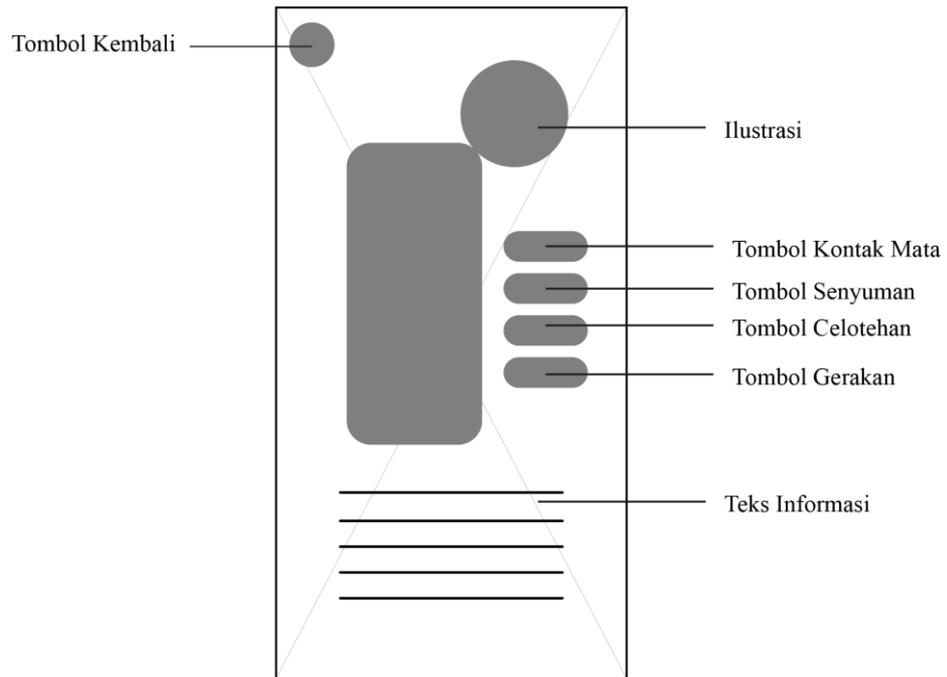
Tata letak atau *layout* merupakan susunan elemen desain dalam sebuah bidang untuk menciptakan bentuk yang artistik (Kusrianto, 2007, h.74). Penggunaan *layout* yang pada aplikasi ini sangat simple dan sederhana, hal ini agar memudahkan *user/pengguna* dalam mengoperasikannya. Jenis *layout* yang digunakan dalam aplikasi ini adalah *Liniear Layout*. Menurut Noerwicaksono (2007) *Liniear Layout* merupakan *layout* yang posisi susunannya berupa tampilan vertikal dan horizontal. *Layout* tersebut dipilih agar tampilan aplikasi terlihat rapi dan memiliki alur yang jelas. Sehingga pengguna dapat menggunakan aplikasi dengan mudah dan nyaman ketika membaca isi konten didalamnya.



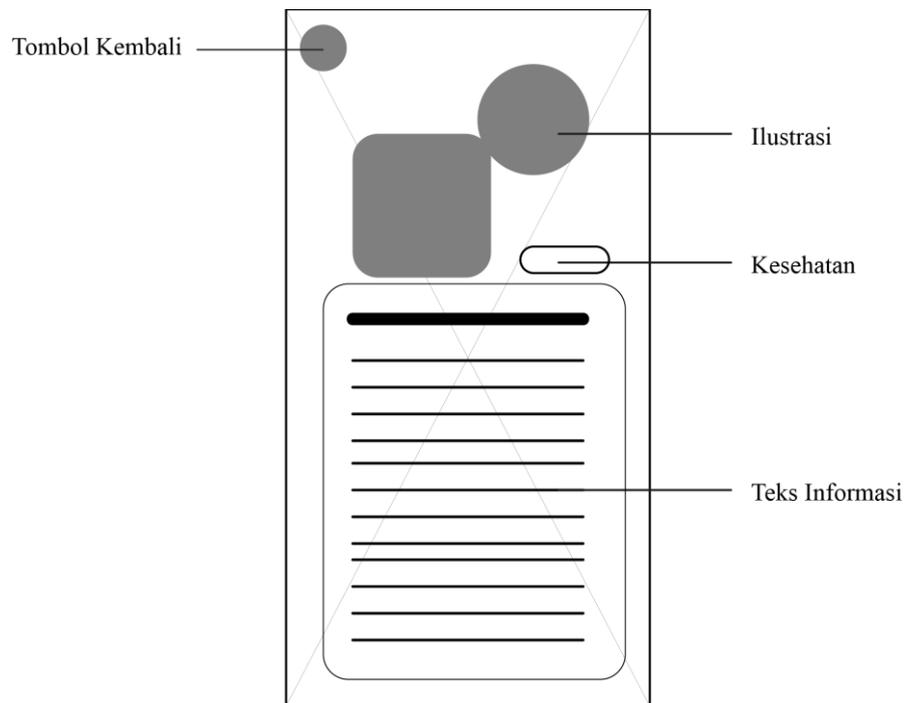
Gambar III.8. *Wireframe Opening*
 Sumber: Pribadi (2019)



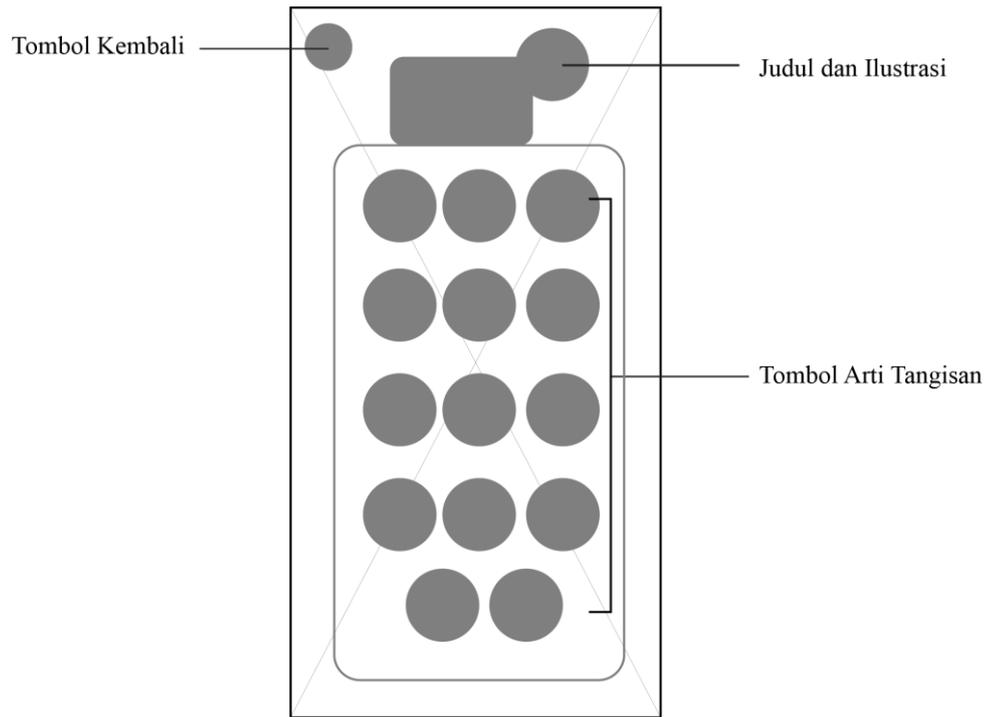
Gambar III.9. *Wireframe home*
 Sumber: Pribadi (2019)



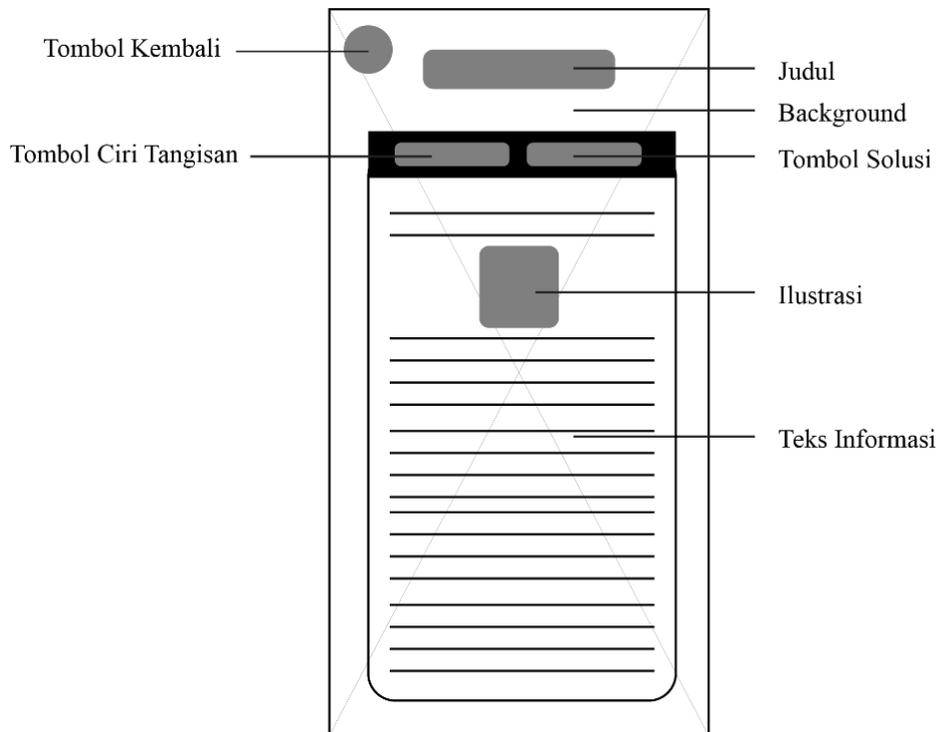
Gambar III.10. *Wireframe* Komunikasi Bayi
 Sumber: Pribadi (2019)



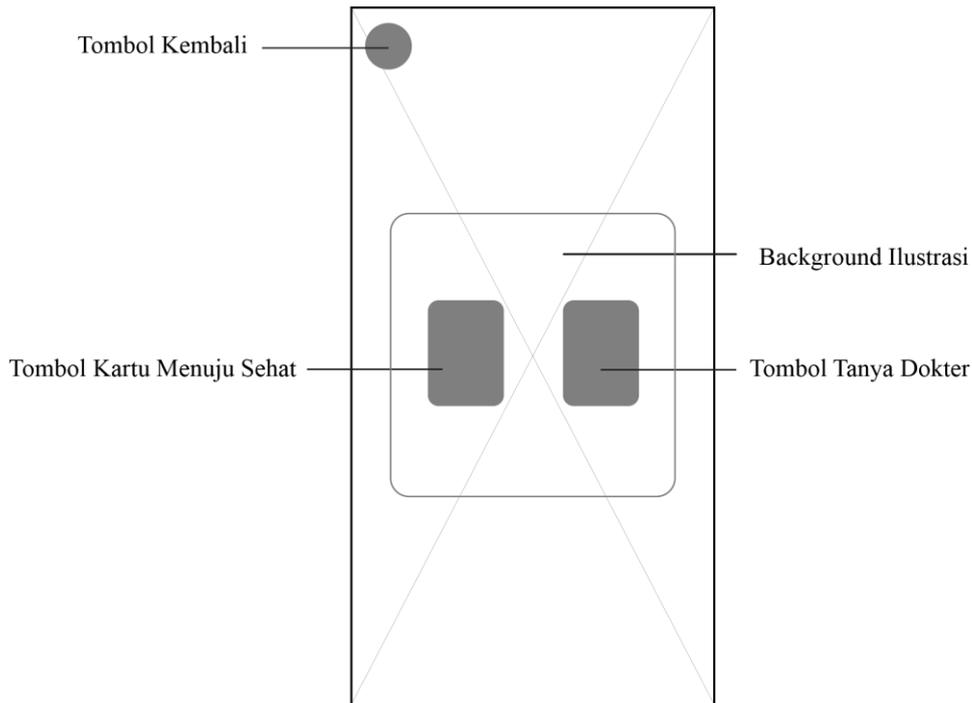
Gambar III.11. *Wireframe* Kesehatan
 Sumber: Pribadi (2019)



Gambar III.12. *Wireframe* Menu Arti Tangisan Bayi
 Sumber: Pribadi (2019)



Gambar III.13. *Wireframe* Arti Tangisan Bayi
 Sumber: Pribadi (2019)



Gambar III.14. *Wireframe* Menu Info Anak
 Sumber: Pribadi (2019)

III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah sebuah penggambaran visual yang menggunakan huruf cetak sebagai penyusun dalam bahan penyebaran (Kusrianto, 2007, h.190). *Typografi* yang digunakan dalam perancangan aplikasi ini harus sesuai dengan tema dan konsep desain yang diusung. Sebab dengan penggunaan *font* yang tepat dapat menghasilkan sebuah desain aplikasi yang menarik. Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan aplikasi ini yaitu dengan menggunakan jenis huruf Sans Serif. *Font* yang digunakan dalam aplikasi Pintar Bahasa Bayi yaitu “Minou” digunakan pada judul menu dan logo identitas dalam aplikasi. “NeuzeitGroteskW01-Regular” digunakan pada bagian teks informasi yang ada didalam aplikasi Pintar Bahasa Bayi. *Font* “Blueberry Regular” dipakai pada bagian *opening* dalam aplikasi.

MINOU

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

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

.,?!";\|{}()@#\$\$%^&*

Gambar III.15. *Font* Minou
Sumber: Pribadi (2019)

Font Minou diciptakan oleh David Kerkhoff. *Font*/huruf ini berlisensi demo, yang dapat di *download* dan digunakan secara gratis hanya untuk personal, sehingga untuk bagian penomeran hanya sebagian yang dapat dipakai. Namun jika digunakan untuk komersial *font* ini dapat dibeli secara *full version* melalui *website* www.hanodedfonts.com. Hal ini digunakan untuk menyesuaikan dengan tema semi kartun. Dimana *font* ini memiliki bentuk yang fleksibel dan tumpul yang merefleksikan dengan seorang bayi yang lentur dan lemah lembut.

Neuzeit Grotesk W01 Regular

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

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

.,?!";\|{}()@#\$\$%^&*

Gambar III.15. *Font* Neuzeit Grotesk
Sumber: Pribadi (2019)

Font Neuzeit Grotesk W01 Regular dibuat oleh Wilhelm C. Pichner. *Font*/huruf ini berlisensi demo, yang dapat di *download* dan digunakan secara gratis hanya untuk personal, Namun jika digunakan untuk komersial *font* ini dapat dibeli secara *full version*. Penggunaan *font* ini dipilih karena memiliki bentuk yang simetri dan proposional sehingga tingkat keterbacaan bagi *user*/pengguna dapat dipamahami dengan baik.

Blueberry

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
.,?!":\|/{}()@#\$\$%^&*

Gambar III.16. *Font* Blueberry

Sumber: Pribadi (2019)

Font Blueberry memiliki lisensi berbayar namun jika ingin digunakan untuk komersial font ini dapat dibeli secara full version pada web hi@creativefabrica.com. Penggunaan *font* ini yang memiliki bentuk yang *playfull* membuat nuansa ceria yang dihadirkan, sebelum memasuki halaman menu utama.

III.3.4. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah visualisasi dalam bentuk gambar yang dipakai untuk menjelaskan suatu hal (Kusrianto, 2007, h.31). Ilustrasi yang digunakan pada perancangan aplikasi Pintar Bahasa Bayi ini adalah dengan menggunakan gaya semi kartun dengan jenis ilustrasi editorial yang digunakan untuk menggambarkan manuskrip atau untuk mengisi buku ataupun aplikasi. Penggunaan ilustrasi ini mempermudah dalam penggambaran ekspresi dan tingkah laku bayi sehingga tidak menunggu moment yang tepat untuk mendapatkan ekspresi yang diinginkan.

Berikut studi karakter yang dibuat:

- Bayi



Gambar III.17. Referensi Bayi

Sumber:

<https://mutiarabijaksana.files.wordpress.com/2014/11/nama-bayi-perempuan-indonesia-modern.png>
(Diakses pada: 16/07/2019)



Gambar III.18. Hasil Jadi Bayi

Sumber: Pribadi (2019)

- Ibu



Gambar III.19. Referensi Ibu

Sumber:

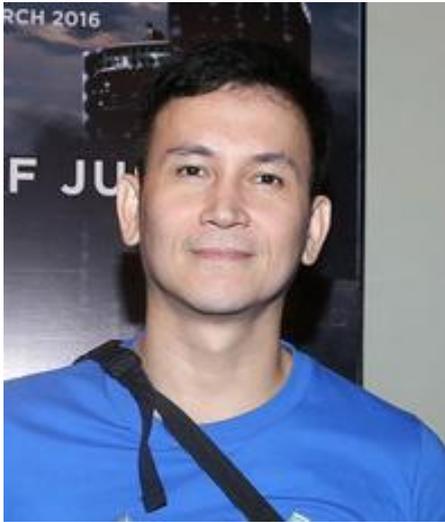
https://media.tabloidbintang.com/files/thumb/carissa-puteri_instagram.PNG/1024
(Diakses pada: 16/07/2019)



Gambar III.20. Hasil Jadi Ibu

Sumber: Pribadi (2019)

- Ayah

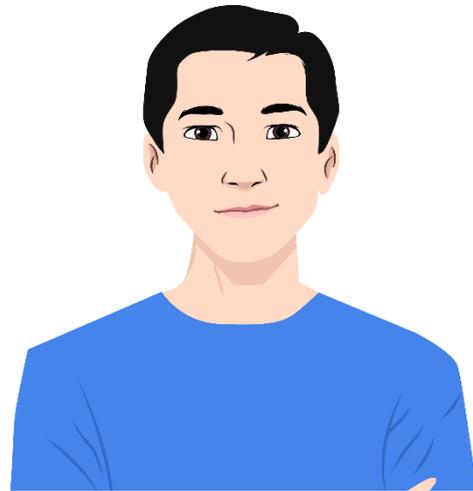


Gambar III.21. Referensi Ibu

Sumber:

https://cdns.klimg.com/kapanlagi.com/selebriti/Marcellino_Lefrandt/p/marcellino-lefrandt-006.jpg

(Diakses pada: 16/07/2019)



Gambar III.22. Hasil Jadi Ayah

Sumber: Pribadi (2019)

III.3.5. Warna

Pemilihan warna dalam perancangan media aplikasi ini merupakan salah satu hal yang penting untuk diperhatikan. Karena dalam sebuah warna dapat memberikan kesan tersendiri dalam pemikiran khalayak sasaran yang merupakan orang tua muda. Warna yang dipakai dalam perancangan menggunakan warna pastel.

Warna pastel (warna lembut) merupakan warna yang memiliki *contrast* lebih *soft* karena warna pembangunnya di kombinasikan dengan warna putih. Warna-warna pastel didominasi dengan warna pucat dan lembut. Jika dikaitkan dengan pengaruh dalam *mood* atau suasana hati seseorang, warna pastel akan membuat suasana tenang dan rileks. Warna ini dapat mengapresiasi keindahan dengan warna-warna pucat, memiliki kesan yang penuh kehangatan dan kasih sayang.



Gambar III.23. Referensi Warna

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/cc/0a/e8/cc0ae826a809c6f820c7b2b1869f5901.jpg>
 (Diakses pada: 16/07/2019)

	R: 251 G: 226 B:237 C:0% Y:13% M:0% K:0% #FBE2ED		R: 69 G: 132 B:234 C:70% Y:47% M:0% K:0% #4584EA
	R: 169 G: 103 B:170 C:35% Y:70% M:0% K:0% #A967AA		R: 200 G: 234 B:245 C:20% Y:0% M:2% K:0% #C8EAF5
	R: 255 G: 255 B:255 C:0% Y:0% M:0% K:0% #FFFFFF		R: 255 G:236 B:95 C:2% Y:2% M:70% K:0% #FFEC5F

Gambar III.24. Pallet Warna

Sumber: Pribadi (2019)

Menurut psikologi warna, penggunaan warna merah muda yang dominan merepresentasikan prinsip *feminism* dari seorang ibu, memiliki nuansa kelemahan, lembut, peduli, elegan dan *romantic*. Dengan penggunaan warna yang tepat dapat memberikan pesan emosi pada khalayak sasaran sehingga nyaman dalam melihat tampilan aplikasinya.