

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah sekelompok masyarakat yang dijadikan sasaran komunikasi yang bertujuan untuk mencapai target yang sudah ditentukan (Nurlaila, 2017). Khalayak sasaran dari solusi komunikasi visual berupa aplikasi Simenel ditentukan melalui beberapa segmentasi yaitu secara demografis, geografis dan psikografis.

III.1.1 Demografis

Target audiens atau sasaran yang dituju dalam perancangan ini adalah remaja berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berusia 12-22 tahun yang dimana mereka adalah pelajar dari tingkat SMP hingga perguruan tinggi. Dalam usia ini remaja pada umumnya sudah dapat menerima pesan berupa tulisan (membaca). Pada usia ini juga remaja sudah memiliki sebuah *smartphone* dan biasa menggunakannya untuk aktifitas sehari-hari.

III.1.2 Geografis

Remaja yang tinggal di daerah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung, yang dimana perlu memahami pengetahuan mitigasi bencana gempa bumi karena letak geografis Kota Bandung dekat dengan sumber gempa yaitu sesar Lembang. Agar dapat selalu siap siaga jika gempa bumi datang melanda Kota Bandung maka masyarakat Kota Bandung harus memahami pengetahuan mitigasi gempa bumi.

III.1.3 Psikografis

Perilaku remaja yang sering menjalani aktifitas dengan *smartphone* menjadi alasan mengapa remaja yang dijadikan sasaran. Saat ini, remaja menggunakan *gadget* bukanlah suatu hal yang aneh lagi. Banyak hal yang diuntungkan dengan adanya revolusi besar ini dalam kehidupan. Salah satunya kemudahan dalam mengakses suatu informasi.

Remaja dengan aktifitas keseharian sebagai pelajar yang dimana remaja sudah mampu memikirkan semua kemungkinan secara sistematis (sebab-akibat) untuk memecahkan dan menyelesaikan masalah-masalah (Desmita, 2008). Oleh karena itu kebutuhan informasi mitigasi gempa bumi untuk remaja sangat penting.

III.2 Strategi Perancangan

Saat ini desain tidak lagi dibatasi oleh definisi yang bersifat sempit. Desain dapat diartikan sebagai ilmu dan kegiatan merancang untuk menghasilkan objek yang memiliki konsep atau ide (Kurniawan, 2011).

Strategi perancangan yang digunakan pada media ini ialah menyampaikan informasi yang dibuat untuk ditujukan kepada khalayak sasaran. Informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon, 1991).

Untuk menyampaikan informasi perlu adanya suatu media informasi. Menurut Sasmita (2015) media informasi adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.

Menurut Witari dan Widyana (2014) perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat mempengaruhi tumbuhnya bermacam kebutuhan informasi dan media visual (multimedia) yang memerlukan keterampilan di bidang komunikasi visual. Dari kondisi tersebut maka perancangan media informasi ini berupa aplikasi android, agar khalayak sasaran dapat memahami setiap informasi yang tersedia serta dengan memberikan gambar ilustrasi untuk memperjelas informasi yang disampaikan.

Untuk mendukung tujuan informasi yang terdapat dalam aplikasi maka akan dirancang juga media-media pendukung. Media-media pendukung berupa media cetak maupun elektronik ini akan menjadi media pengingat serta media yang

bersifat persuasif sehingga khalayak sasaran memiliki ketertarikan kepada aplikasi.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Berelson dan Stainer dalam Nurlaila (2017) menjelaskan komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan berupa informasi, gagasan, emosi dan juga keahlian. Dalam penyampainya, komunikasi menggunakan simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan lain-lain. Adapun tujuan dari perancangan ini adalah memberikan informasi mengenai pengetahuan mitigasi bencana gempa bumi kepada khalayak sasaran.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Secara umum, pendekatan menurut Liliweri (2011) adalah metode, teknik, cara yang digunakan untuk mendekati konsep yang abstrak ke dalam bentuk kenyataan. Dengan demikian, dalam ranah ilmu komunikasi, pendekatan merupakan metode, teknik atau cara yang digunakan untuk mendekati konsep komunikasi yang abstrak ke kenyataan komunikasi manusia.

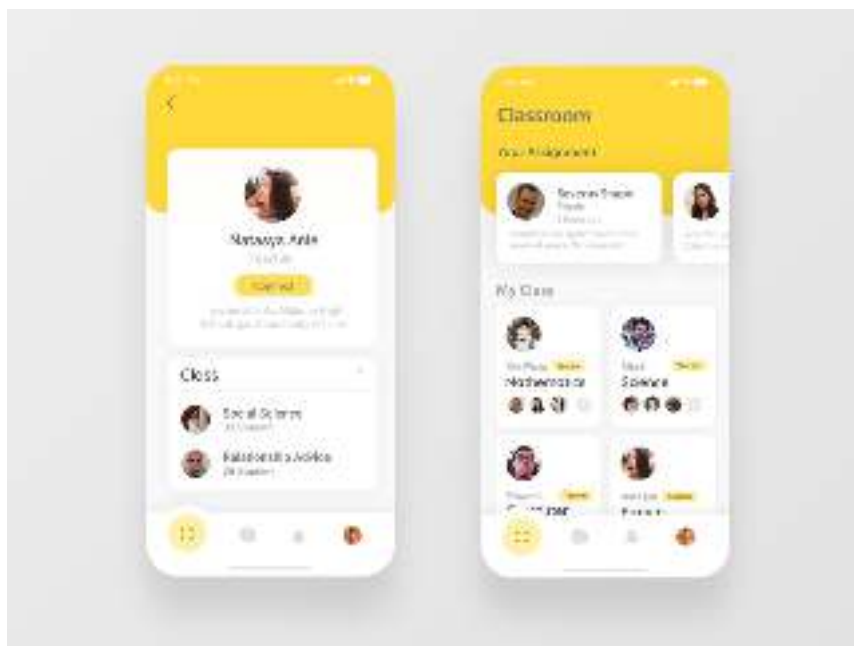
Pendekatan komunikasi yang disampaikan secara verbal dan visual, yang diharapkan dapat membuat khalayak sasaran tertarik dalam membaca dan melihat informasi pada media ini. Penyampaian komunikasi dengan cara penggabungan visual dan verbal ini juga diharapkan agar informasi dari media aplikasi android dapat tersampaikan dengan baik pada khalayak sasaran sehingga khalayak sasaran mengerti informasi apa yang disampaikan.

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Perancangan aplikasi ini menggunakan gaya visual dengan konsep visual mengikuti tren atau zaman masa kini namun dengan unsur kesederhanaan. Modernitas tampilan aplikasi selaras dengan karakter remaja milenial. Tampilan aplikasi menampilkan bentuk dan tombol yang sederhana dengan sudut yang bulat untuk memberikan kesan yang lebih rapih. Menurut Babich (2016) sudut bulat

meningkatkan kemudahan pemrosesan informasi dan menarik mata kita ke pusat elemen.

Menurut Krivoruchko (2019) tampilan aplikasi yang berkualitas harus memenuhi kriteria kesederhanaan, kenyamanan dan fungsi. Tombol yang tidak berantakan dan ikon minimalis yang dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna. Tampilan seperti ini akan jauh lebih efektif dalam menciptakan aplikasi yang mudah digunakan dan dimengerti.



Gambar III.1 Referensi *Interface*

Sumber: <https://dribbble.com/shots/5941480-Classroom-Design-App/attachments>
(Diakses Agustus 2019)

Penggunaan huruf atau tipografi akan menggunakan jenis huruf sans serif dimana jenis huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi serta memiliki kesan sederhana namun modern.



Gambar III.2 Jenis Huruf

Sumber: https://zerogravitymarketing.com/wp-content/uploads/2014-10-serifsansSerifBLOG_graphic_1a.jpeg
(Diakses Agustus 2019)

Referensi ilustrasi diambil dari ilustrasi isometrik karya Sung Hwan Jang. Ilustrasi isometrik dibuat sebagai cara untuk menggambarkan objek 2 dimensi yang seolah-olah berbentuk objek 3 dimensi sehingga khalayak sasaran dapat memahami informasi dengan jelas karena ada kesan ruang atau kedalaman.



Gambar III.3 Konsep Ilustrasi

Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/1400_opt_1/57cf0056421455.59ae468263fd5.jpg
(Diakses Juli 2019)

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Pada pendekatan verbal dalam aplikasi ini menggunakan bahasa Indonesia namun tidak baku. Pemilihan kata ganti juga disesuaikan dengan khalayak sasaran agar ada kesan kedekatan antara pengguna dan aplikasi. Pemilihan kata ganti juga untuk memberi kesan bahwa informasi yang ada di dalam aplikasi tidak memberi kesan menggurui pengguna.

Pemilihan kata ganti dalam sebuah karya sangat penting untuk diperhatikan. Dalam hal ini menurut Lumakto (2014), ada kesan *level* bahasa yang tersirat dan ada segmentasi pembaca yang perancang tuju dengan menggunakan sebuah kata ganti.

III.2.3 Mandatori

Lembaga yang bekerja sama dalam perancangan media ini adalah Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika Indonesia atau BMKG yang dimana BMKG memiliki permasalahan terkait media pembelajaran atau sosialisasi pengetahuan mitigasi gempa kepada masyarakat sehingga membutuhkan solusi media informasi yang tepat sasaran.



Gambar III.4 Logo BMKG

Sumber: <https://www.bmkg.go.id/asset/img/logo/logo-bmkg.png>
(Diakses Agustus 2019)

BMKG merupakan lembaga pemerintahan non departemen yang dipimpin oleh Kepala Badan dan mempunyai tugas pokok yaitu melaksanakan tugas pemerintahan di bidang meteorologi, klimatologi, kualitas udara dan geofisika sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Pelayanan BMKG untuk masyarakat berupa informasi seputar meteorologi, klimatologi dan geofisika. Program BMKG lainnya adalah sosialisasi mitigasi bencana.

Salah satu program BMKG adalah *BMKG Goes To School*. Program ini memberikan kesempatan kepada para pelajar untuk belajar mengenai pendidikan mitigasi bencana. Pendidikan yang diberikan adalah cara melakukan evakuasi bagi para murid dan juga guru yang menjadi tenaga pengajar. Selain itu, BMKG memperbolehkan kunjungan-kunjungan dari sekolah-sekolah yang ingin melihat secara langsung kondisi dan peralatan yang ada di kantor lembaganya tersebut Setiawan (2019).

Selain BMKG pemerintah Kota Bandung mulai menyosialisasikan mitigasi bencana gempa bumi pada seluruh elemen masyarakat di Kota Bandung agar menjadi bekal saat menghadapi bencana dan meminimalisir dampak buruk yang terjadi. Menurut Sihar dalam Firmansyah (2018) sosialisasi terus dilakukan terutama di instansi-instansi pendidikan dari tingkat sekolah, perkantoran, hotel dan pusat perbelanjaan.



Gambar III.5 Logo Pemkot Bandung
Sumber: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/e8/Lambang_Kota_Bandung.svg
(Diakses Agustus 2019)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan atau informasi terdapat dalam media utama dan media pendukung, informasi dalam perancangan ini meliputi:

1. Informasi mengenai kondisi bandung dan gempa bumi.
2. Informasi mengenai mitigasi bencana gempa bumi.
3. Informasi mengenai barang persediaan dan *emergency tools* yang harus di persiapkan.
4. Informasi daftar nomor kontak penting.

III.2.5 Gaya Bahasa

Menurut Albertine dalam Nurlaila (2017) Gaya bahasa bermula dalam bahasa tradisional atau gaya bahasa yang biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari atau literal (asli), sehingga dalam pemaparannya cenderung imajinatif dan menjadi lebih segar dan berkesan.

Gaya bahasa yang digunakan dalam media informasi ini adalah dengan gaya bahasa penegasan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman pentingnya mitigasi gempa bumi kepada para khalayak sasaran terhadap informasi yang disampaikan. Gaya Bahasa penegasan yang digunakan adalah majas pleonasmе. Majas ini menggunakan kata-kata dengan makna atau arti sama, sehingga terkesan tidak efektif, namun hal ini sengaja dilakukan untuk menegaskan suatu hal yang penting untuk disampaikan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif sangat penting dalam perancangan aplikasi ini agar dapat menerjemahkan pesan yang ingin disampaikan kedalam bahasa visual. Adapun tujuan lainnya adalah agar pesan yang disampaikan dapat menarik khalayak sasaran. Untuk membuat sebuah informasi yang efektif ada beberapa poin strategi yang dilakukan yaitu:

- *What to say*

Pesan yang ingin disampaikan pada media informasi ini adalah agar khalayak sasaran dapat mengetahui dan lebih tanggap terhadap keadaan di lingkungan sekitar dan memahami pengetahuan mitigasi gempa bumi.

- *How to say*

Cara yang dipakai untuk menyampaikan pesan pada media informasi ini yaitu dengan membuat aplikasi berisi informasi mitigasi gempa dengan beberapa fitur serta gambar ilustrasi di dalamnya. Melalui ilustrasi sebagai komunikasi visual dapat memudahkan khalayak sasaran membayangkan atau mengimajinasikan suatu keadaan, sehingga dapat memahami informasi yang disampaikan.

Strategi kreatif yang diterapkan menggunakan perpaduan media yaitu media utama berupa aplikasi android serta berbagai media pendukung. Penentuan pembuatan media didasari oleh kebiasaan dari khalayak sasaran. Pemilihan media utama berupa aplikasi android di karenakan khalayak sasaran yaitu remaja yang sering menggunakan *smartphone* untuk mencari suatu informasi. Sementara pemilihan media pendukung ditentukan dari media yang menjadi kebiasaan atau rutinitas khalayak sasaran. Agar informasi mencapai tujuan yang diharapkan, maka strategi kreatif lainnya adalah:

- Tampilan desain yang sederhana agar memudahkan pengguna dalam mengakses informasi mitigasi bencana.
- Penggunaan warna kuning sebagai warna yang memberi kesan menenangkan sehingga tidak membuat pengguna merasa takut dan gelisah terhadap ancaman gempa bumi.
- Dalam aplikasi Simenel ini terdapat ilustrasi atau gambar gambar yang disertai dengan penjelasan deskriptif yang menjelaskan ilustrasi tersebut.
- Menginformasikan langkah-langkah mitigasi bencana dari sebelum bencana sampai proses evakuasi.
- Pembuatan infografis tentang sejarah, peta dan kemungkinan dampak dari gempa sesar Lembang.

- Fitur-fitur aplikasi yang tersedia memudahkan pengguna untuk mengakses informasi lebih lanjut mengenai ancaman gempa bumi.

III.2.7 Strategi Media

Menurut Miarso (1989) media merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan sehingga dapat merancang pikiran, perasaan dan perhatian khalayak sasaran. Maka dari itu dibutuhkan perancangan media informasi yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan atau media yang mudah diakses masyarakat. Media informasi mengenai informasi dibagi menjadi dua bagian yaitu media utama dan media pendukung. Media utama adalah media yang berisi informasi mitigasi gempa bumi yang lengkap untuk disampaikan, sedangkan media pendukung adalah sebagai media pelengkap yang menunjang keberadaan media utama.

III.2.7.1 Media Utama

Menurut Dahiya dalam Hartanto (2016) *e-learning* merupakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengaktifkan siswa untuk belajar kapanpun dan dimanapun. *E-learning* merupakan salah satu wujud perkembangan teknologi informasi dalam bidang pendidikan, dimana *e-learning* ini dapat mengubah sistem pendidikan yang konvensional menjadi ke dalam bentuk digital. Salah satu manfaat *e-learning* meningkatkan efektivitas belajar siswa, dimana proses pembelajaran tidak lagi terikat dengan terbatasnya waktu dan tempat.

Salah satu bentuk media *e-learning* adalah multimedia interaktif. Menurut Reddi dan Mishra (2003) multimedia interaktif adalah suatu integrasi elemen beberapa media (audio, video, grafik, teks, animasi, dan lain-lain) menjadi satu kesatuan yang sinergis dan simbiosis yang dapat menginformasikan pesan dan memiliki interaktifitas kepada penggunanya.

Media utama yang akan dibuat adalah multimedia interaktif berbentuk aplikasi android bernama Simenel. Simenel adalah akronim dari Siaga Menghadapi Gempa Melalui Pembelajaran *e-learning*. Simenel diambil dari bahasa Sunda,

bahasa sunda digunakan karena khalayak sasaran adalah masyarakat Kota Bandung yang merupakan suku Sunda. Simenel jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia bermakna anak gajah. Gajah merupakan hewan yang pintar dan tangguh, selain itu gajah juga dapat mendeteksi datangnya gempa. Dengan filosofi tersebut diharapkan aplikasi Simenel dapat memberikan wawasan dan meningkatkan kesiapsiagaan sehingga masyarakat semakin tangguh menghadapi bencana gempa bumi.



Gambar III.6 Nama dan Logo
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Aplikasi Simenel adalah aplikasi android berbasis flash. Fitur yang ada di Simenel antara lain adalah informasi mitigasi gempa, informasi ancaman gempa Kota Bandung, Informasi barang persediaan dan *emergency tools* serta daftar nomor kontak.

Dengan adanya aplikasi ini khalayak sasaran akan memahami pengetahuan mitigasi berupa persiapan menghadapi gempa, tindakan saat terjadi gempa dan proses evakuasi atau tindakan setelah terjadi gempa. Materi mitigasi gempa dalam aplikasi ini seluruhnya bersifat *offline* namun terdapat fitur-fitur online untuk menunjang kebutuhan informasi seputar berita gempa dari BMKG dan titik-titik ruang evakuasi dari Pemerintah Kota Bandung.

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung yang dibuat merupakan kumpulan dari beberapa media cetak dan digital yang sudah dirancang untuk memberikan informasi yang akan menuntun khalayak sasaran kepada media utama, adapun media pendukung adalah sebagai berikut:

- Poster A2

Dibuat sebagai media pendukung yang memberikan informasi gempa di Kota Bandung, media ini pun dibuat sebagai media yang bersifat persuasif untuk menarik minat,serta untuk menarik perhatian dari khalayak sasaran. Disebar di seluruh wilayah kota Bandung.

- Stiker

Dilihat dari potensi khalayak sasaran yang sering menempelkan stiker di manapun seperti di helm atau kendaraan bermotor, stiker dapat menjadi media pengingat yang baik. Stiker nantinya akan diberikan kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana.

- Gantungan Kunci

Media ini adalah media yang umumnya selalu ada menggantung di tas dan sering dipakai oleh khalayak sasaran, media ini dibuat sebagai hadiah kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana. Diberikan secara gratis dan terbatas kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana.

- X-Banner

Media ini sebagai media pendukung yang akan dipajang saat acara peluncuran aplikasi, media ini dibuat untuk menarik minat dan perhatian khalayak sasaran sehingga diharapkan khalayak sasaran akan mengunduh dan memakai aplikasi tersebut.

- Sosial Media

Dibuat sebagai sumber dan penyebaran informasi kepada khalayak sasaran, sehingga jangkauan informasi lebih luas. Salah satu media sosial yang digunakan adalah Instagram.

- Gelas Tumbler

Media ini sebagai media pendukung yang akan dipakai sehari-hari oleh khalayak sasaran. Media ini juga sebagai media pengingat yang baik.

Diberikan secara gratis dan terbatas kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana. Diberikan secara gratis dan terbatas kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana.

- Helm

Dibuat sebagai sumber dan penyebaran informasi yang akan dikenakan oleh khalayak sasaran dan *volunteer* saat proses evakuasi bencana gempa bumi.

- Buku Catatan

Buku catatan merupakan barang yang cukup penting, digunakan untuk mencatat saat melakukan mitigasi bencana. Buku catatan akan dimanfaatkan sebagai media pendukung untuk mengingatkan audien kepada Aplikasi Simenel dan informasi mitigasi bencana. Diberikan secara gratis dan terbatas kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana.

- Pena/Pulpen

Digunakan untuk mencatat saat melakukan mitigasi bencana atau pun saat dibawa ke sekolah atau kampus. Pena akan dimanfaatkan sebagai media pendukung untuk mengingatkan audien kepada Aplikasi Simenel dan informasi mitigasi bencana. Diberikan secara gratis dan terbatas kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana.

- Case *Smartphone*

Media ini sebagai media pendukung yang akan dipakai sehari-hari oleh khalayak sasaran saat menggunakan *smartphone*. Media ini juga sebagai media pengingat yang baik. Diberikan secara gratis dan terbatas kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana.

- Gymsack

Tas Gymsack atau tas serut sebagai media pendukung yang akan dipakai sehari-hari oleh khalayak sasaran saat menggunakan *smartphone*. Media ini juga sebagai media pengingat yang baik. Diberikan secara gratis dan terbatas kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana.

- Rompi

Dibuat sebagai sumber dan penyebaran informasi yang akan dikenakan oleh khalayak sasaran dan *volunteer* saat proses evakuasi bencana gempa bumi.

- Lampu Senter

Lampu senter digunakan saat proses evakuasi atau sebagai barang *emergency* yang dipersiapkan untuk menghadapi gempa. Diberikan secara gratis dan terbatas kepada khalayak sasaran saat penyuluhan mitigasi bencana.

III.2.8 Strategi Ditribusi

Target pendistribusian atau penyebaran media mencakup wilayah di Kota Bandung. Untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran dibutuhkan strategi distribusi yang baik. Cara distribusi media yang dilakukan adalah dengan penyuluhan mitigasi gempa bumi dan pengenalan aplikasi Simenel di setiap minggunya oleh tim BMKG, Pemerintah Kota Bandung dan Simenel ke kelurahan-kelurahan yang ada di Kota Bandung. Adapun strategi distribusi yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel III.1 Distribusi Media
Sumber: Dokumen Pribadi

No	Media Pendukung	September				Oktober				November			
1	X-Banner												
2	Poster A2												
3	Gantungan Kunci												
4	Sosial Media												
5	Stiker												
6	Pulpen/Pena												
7	Case Smartphone												
8	Buku Catatan												
9	Helm												
10	Gelas Tumblr												
11	Rompi												
12	Gymsack												
13	Lampu Senter												

Pendistribusian media pendukung yang memiliki harga murah seperti poster, gantungan kunci, stiker, pulpen dilakukan setiap minggunya pada saat sosialisasi mitigasi gempa dan pengenalan aplikasi Simenel. Sementara pendistribusian media pendukung yang memiliki harga yang mahal dilakukan setiap dua minggu di awal atau di akhir bulan pada saat sosialisasi mitigasi gempa dan pengenalan aplikasi Simenel. Sedangkan untuk strategi distribusi media berdasarkan tempat dikategorikan menjadi tiga bagian, berdasarkan penyebarannya sebagai berikut :

- **Pemukiman Warga**

Pendistribusian media difokuskan kepada pemukiman yang letak geografisnya dekat dengan sumber gempa yaitu pemukiman yang dekat dengan sesar Lembang. Selain itu pendistribusian media juga dilakukan di daerah pemukiman padat huni karena berpotensi terkena dampak gempa bumi yang parah akibat reruntuhan bangunan.

- **Fasilitas Umum**

Pendistribusian media seperti poster dan stiker disebar di fasilitas umum seperti halte bus sehingga dapat dilihat dan diakses oleh banyak orang. Selain itu pendistribusian juga dilakukan di tempat keramaian seperti pusat perbelanjaan.

- **Sosialisasi**

Pendistribusian media dilakukan saat sosialisasi mitigasi gempa di lapangan desa atau tempat pertemuan di desa. Beberapa media yang disebar adalah pulpen, buku catatan, rompi dan lain-lain.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan dirancang pada aplikasi ini adalah dengan menggunakan ilustrasi *flat design*. Menurut Larasati (2018) *flat design* adalah salah satu gaya desain yang menekankan unsur minimalis, 2 dimensi, dan perpaduan warna-warna yang cerah.



Gambar III.7 Tampilan Aplikasi
Sumber: Dokumen Pribadi

Namun konsep yang akan dibuat pada aplikasi ini *flat design* dikombinasikan dengan desain ilustrasi isometrik. Ilustrasi isometrik dibuat sebagai cara untuk menggambarkan objek 2 dimensi yang seolah-olah berbentuk objek 3 dimensi sehingga khalayak sasaran dapat memahami informasi dengan jelas karena ada kesan ruang atau kedalaman. Menurut Velarde (2018) Ilustrasi isometrik adalah gaya menggambar yang menggunakan teknik yang disebut proyeksi isometrik. Dengan proyeksi isometrik, objek tiga dimensi dapat digambarkan pada permukaan dua dimensi yang datar.

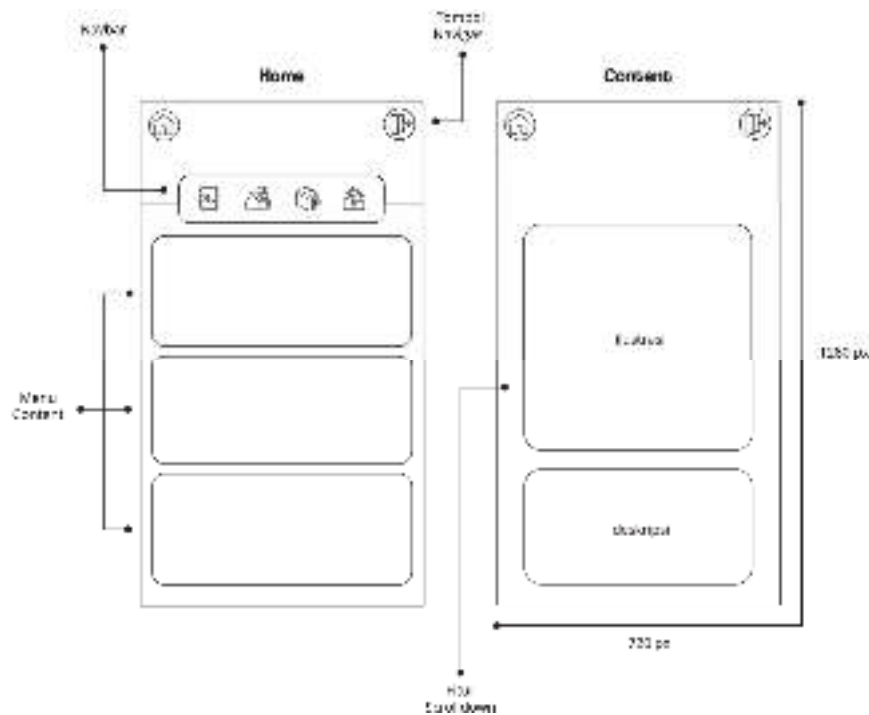
III.3.1 Format Desain

Aplikasi Simenel adalah aplikasi android berbasis flash. Aplikasi ini dibuat dengan ukuran skala 16:9 sehingga kompatibel dengan layar *smartphone* pada umumnya. Isi yang terdapat didalam aplikasi Simenel adalah informasi mitigasi gempa dan fitur-fitur informasi gempa serta titik evakuasi serta fitur nomor kontak darurat.

III.3.2 Tata Letak

Menurut Farradiba (2018) *Layout* atau tata letak dalam bahasa Indonesia itu dikenal dengan tata letak suatu penulisan serta gambar-gambar yang sudah ditempatkan dalam sebuah bidang menggunakan sebuah media yang sebelumnya sudah di konsepsikan terlebih dahulu. Hal ini juga disebut dalam bentuk dan bidang. Tujuan utama *layout* adalah untuk menampilkan sebuah gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang di sediakan.

Format dari tata letak atau *layout* dalam aplikasi Simenel dibuat dengan tampilan interface yang sederhana dan simetris sehingga khalayak sasaran dapat melihat tombol navigasi dengan jelas. Di setiap penjelasan informasi mitigasi bencana terdapat ilustrasi di atasnya untuk memvisualkan informasi tersebut.



Gambar III.8 *Layout* atau *Wireframe*
Sumber: Dokumen Pribadi

Dibagian atas aplikasi terdapat tombol navigasi untuk memudahkan user kembali ke halaman utama. Dibagian bawah halaman utama terdapat 3 menu informasi mitigasi gempa yaitu sebelum terjadinya gempa, saat terjadinya gempa dan

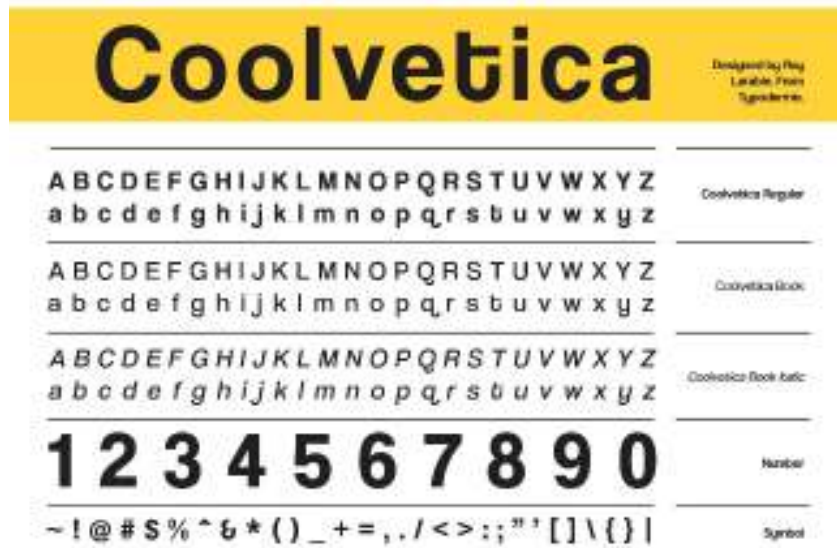
setelah terjadinya gempa. Saat salah satu menu dipilih aplikasi akan menampilkan informasi lengkapnya dengan fitur *scroll*down.

III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah bidang ilmu yang mempelajari seluk-beluk mengenai huruf, yang mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai fungsi estetis dan fungsi komunikasi, sebagai fungsi estetis, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat (Sihombing, 2001).

Menurut Sudiana (2001) tipografi dapat memiliki pengertian luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak atau dalam pengertian yang lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan, dan berbagai hal bertalian pengaturan baris-baris susunan huruf (*typeset*), tidak termasuk ilustrasi dan unsur lain bukan huruf pada halaman cetak.

Terdapat tiga jenis huruf pada aplikasi Simenel. Perbedaan penggunaan huruf untuk membedakan *headline* dan *body text*. Pada headline menggunakan huruf Coolvetica yang mempunyai karakter tegas dan tebal. Namun Huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang baik. Huruf ini cocok digunakan untuk headline atau sub-headline.



Gambar III.9 Coolvetica
Sumber: Dokumen Pribadi

Sedangkan untuk *body text* menggunakan huruf Open Sans yang memiliki bentuk karakter yang khas dan memiliki tingkat keterbacaan tertinggi. Open Sans dirancang dengan bentuk yang tegak namun juga ramah sehingga *body text* dapat mudah dibaca. Open Sans dapat diaplikasikan dengan baik dalam *body text* di media cetak, web dan mobile interface.

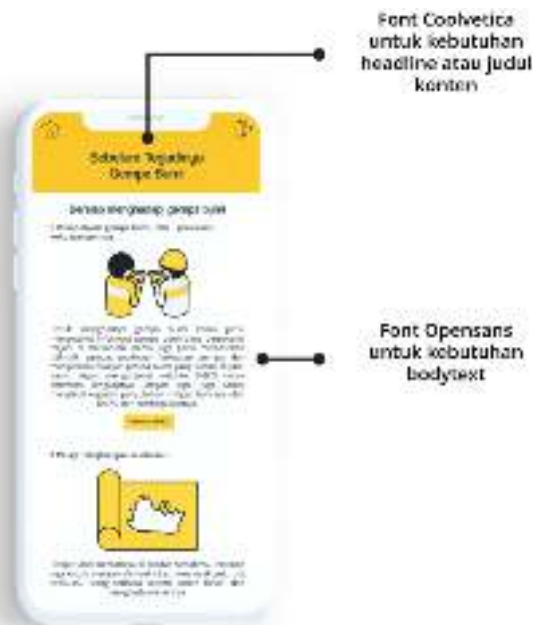


Gambar III.10 Open Sans
Sumber: Dokumen Pribadi

Selain itu aplikasi Simenel juga menggunakan huruf Foco untuk keperluan logo atau ikon aplikasi. Foco memiliki bentuk karakter yang khas dan memiliki tingkat keterbacaan tertinggi. Foco bisa diaplikasikan dengan baik dalam identitas perusahaan atau juga untuk menarik perhatian pada sebuah iklan.



Gambar III.11 Foco
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.12 Penggunaan Huruf
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.13 Penggunaan Huruf Lainnya
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

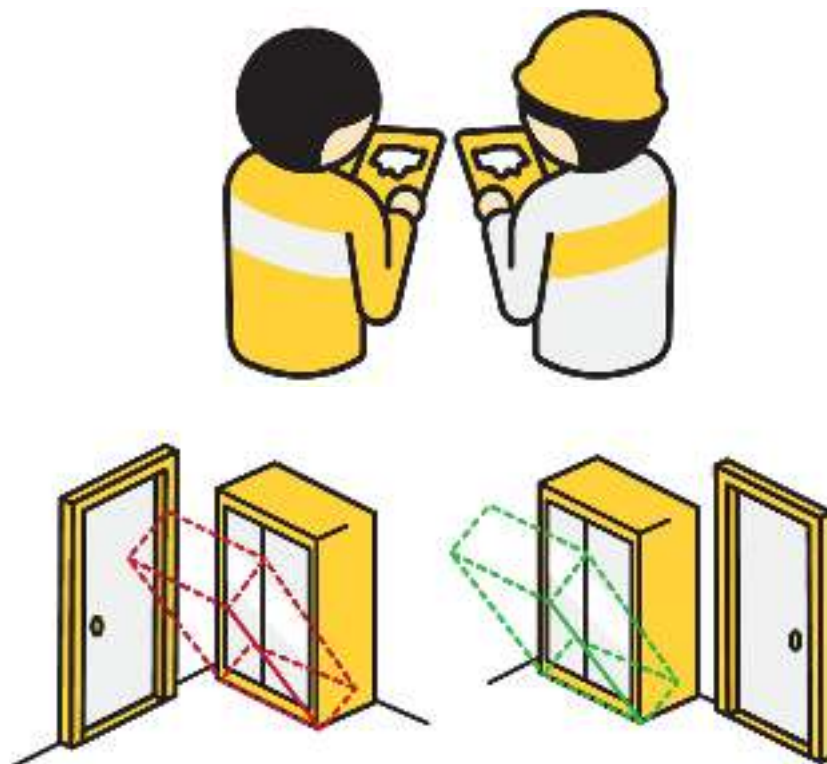
Menurut Soedarso (2014), Gambar ilustrasi ialah gambar dimana menjelaskan maupun menceritakan suatu jalan cerita atau naskah tertulis. Bentuk ilustrasi bermacam-macam, contohnya yaitu karikatural, karya seni grafis, lukis, sketsa, bahkan seiring perkembangan zaman digital saat ini penggunaan karya photo dan image bitmap pun dibuat sebagai karya ilustrasi.

Ilustrasi dibuat sederhana dengan gaya *flat isometric design* untuk memvisualisasikan informasi yang terdapat didalam aplikasi. Adanya visualisasi dari informasi dapat membuat pesan lebih mudah dipahami dan dapat dengan mudah dicerna oleh khalayak sasaran. Menurut Velarde (2018) Ilustrasi isometrik adalah gaya menggambar yang menggunakan teknik yang disebut proyeksi isometrik. Dengan proyeksi isometrik, objek tiga dimensi dapat digambarkan pada permukaan dua dimensi yang datar.



Gambar III.14 Referensi Ilustrasi Isometrik
Sumber: Jishin Itsumo KIT

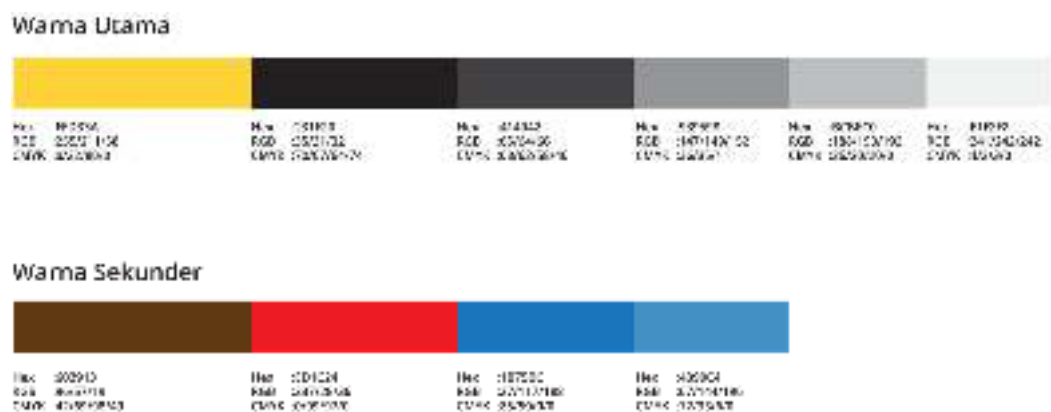
Ilustrasi dibuat dengan gaya isometrik sebagai cara untuk menggambarkan objek 2 dimensi yang seolah-olah berbentuk objek 3 dimensi sehingga khalayak sasaran dapat memahami informasi dengan jelas karena ada kesan ruang atau kedalaman.



Gambar III.15 Ilustrasi Isometrik Simenel
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.5 Warna

Selain memperindah suatu ilustrasi, gelap terang suatu warna juga dapat menjelaskan dan memberikan kesan ruang dan kedalaman. Warna menjadi memiliki peran besar didalam kehidupan sehari-hari. Warna menarik perhatian seseorang untuk sebuah alasan. Karena warna memiliki koneksi yang unik dengan perasaan dan emosi seseorang (Kliever, 2018). Adapun warna-warna yang akan digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar III.16 Pemilihan Warna
Sumber: Dokumen Pribadi

Warna tampilan interface dan gambar ilustrasi di dominasi oleh warna kuning dan abu-abu sebagai warna primer. Warna ini adalah warna identitas dari aplikasi Simenel. Warna kuning dipilih karena warna ini dapat menarik perhatian dan memberikan kesan keceriaan sehingga khalayak sasaran tidak jenuh saat menggunakan aplikasi. Menurut Kliever (2018) kuning sering dikomunikasikan dengan kebahagiaan, keceriaan, keramahan, dan kesegaran dari musim semi. Warna ini juga bisa menjadi peringatan sinyal atau perhatian terhadap bahaya pada beberapa konteks. Selain itu warna yang digunakan dalam pewarnaan ilustrasi adalah warna monokromatik untuk menghasilkan gelap terang. Selain warna primer terdapat warna sekunder. Warna ini digunakan khusus untuk ilustrasi yang tidak dapat menggunakan warna primer.

III.3.5 Ikon

Di era penyebaran informasi digital peran ikon sangat penting dalam sebuah aplikasi. Menurut Yan (2011) fungsi ikon adalah untuk membantu pengguna mendapatkan informasi lebih cepat dan efektif. Ikon adalah objek penting untuk membantu pengguna memahami dengan mudah fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi untuk kemudian menyelesaikan proses operasi, sehingga menghadirkan pengalaman visual kepada pengguna.

Jenis gaya atau *style* pada ikon antara lain yaitu *line*, *solid/glyph*, *flat*, *filled line*. Ikon yang digunakan pada aplikasi ini adalah perpaduan antara ikon *line* dan ikon *solid/glyph*. Keputusan perpaduan dua jenis ikon adalah untuk menyajikan *user interface* yang tidak monoton pada aplikasi.



Gambar III.17 Ikon
Sumber: Dokumen Pribadi