BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Target Audiens

Adapun target audiens yang ingin dicapai dalam kampanye sosialisasi mengenai pelatihan nasional atlet *e-sports* Indonesia sebagai berikut:

- Demografis

  Gender : Laki-laki dan Perempuan
  Usia : 15 – 22
  Pendidikan : SMA hingga Perguruan Tinggi
  Pekerjaan : Pelajar dan mahasiswa
  Status Ekonomi Sosial : Semua kalangan (mulai dari kalangan bawah, menengah sampai atas)

- Geografis

  Seluruh masyarakat indonesia khususnya *gamers* yang ingin berkarir sebagai atlet *e-sports*.

- Psikografis

  Jika dilihat dari target audiens yaitu antara umur 15-22 tahun berdasarkan psikologis remaja, sosialisasi ini diharapkan mampu mengajak para pemain *games* Indonesia yang ingin berkarier menjadi atlet *e-sports* untuk terus meningkatkan keahliannya supaya bisa ikut serta dalam program pelatihan nasional atlet *e-sports* Indonesia yang nantinya akan di ikutsertakan sebagai wakil Indonesia dalam turnamen *e-sports* di tingkat internasional.

III.2 Strategi Perancangan

Di dalam membuat suatu perancangan dibutuhkan strategi yang dapat dijadikan pendukung dalam memenuhi tujuan dan perancangan tersebut. Untuk itu langkah-langkah strategi yang akan diambil meliputi:

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi dalam perancangan media informasi ini adalah sebagai berikut:

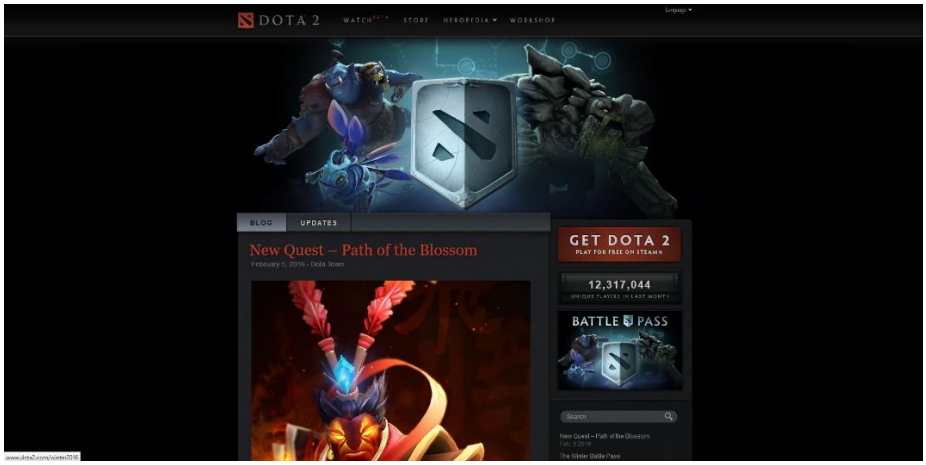
- Memberikan Informasi kepada *gamers* Indonesia mengenai program, even dan turnamen yang diselenggarakan melalui media website.
- Agar informasi yang disampaikan lebih terorganisir berdasarkan kategori informasi tersebut.
- Agar informasi lebih *update* dan lebih mudah dicari kapanpun dan dimanapun.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam perancangan ini meliputi pendekatan visual dan pendekatan verbal. Pendekatan komunikasi disesuaikan dengan target audiens yang dituju, yaitu para *gamers* diseluruh Indonesia. Adapun pendekatran visual dan pendekatan verbal adalah sebagai berikut:

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam perancangan ini dengan menggunakan *website* statis seperti contohnya *website game* Dota 2. Oleh karena itu *website* yang akan dibangun tidak menampilkan banyak efek, menampilkan semua bertita tanpa ada bagian yang dikurangi untuk melanjutkan membaca menuju halaman lain, sehingga *website* tersebut akan lebih mudah, ringan dan lebih cepat untuk diakses.



Gambar III.1 Tampilan *website* Dota 2

Sumber: http://blog.dota2.com/ (6 Februari 2016)

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang digunakan sehari hari, hal ini bertujuan supaya informasi dapat lebih mudah dipahami oleh target audien.

III.2.3 Materi Pesan

Adapun materi pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan media informasi ini adalah sebagai berikut:

- Berita seputar *e-Sports* secara umum
- Daftar *event* dan turnamen *game*
- Berita berdasarkan kategori *game*
- Tentang IeSPA
- Registrasi menjadi anggota IeSPA untuk mengikuti pelatnas atlet *e-Sports*

III.2.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan Bahasa non formal dan mudah dimengerti oleh para *gamers*. Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia yang digunakan sehari hari agar mudah dimengerti dan dipahami dalam menyampaikan isi pesan.

III.2.5 *Consumer Insight*

http://www.nottinghaminsight.org.uk (2013) Menjelaskan "Consumer insight adalah kebenaran yang mendalam tentang pelanggan, berdasarkan perilaku mereka, pengalaman, kepercayaan, kebutuhan yang relevan berdasarkan pekerjaan". (diakses pada tanggal 13 Desember 2015).

Untuk sosialisasi program pelatihan nasional atlet *e-sports* Indonesia target audiens adalah remaja, pelajar dan mahasiswa yang memiliki hobi bermain *game* dan ingin serius berkarir menjadi professional *gamers.* Berikut adalah *insight* dari target audiens:

- Mengikuti gaya hidup (*lifestyle*).
- Terinspirasi dari *professional gamers* di luar negeri yang berhasil menjuarai turnamen Internasional.
- Menjadi kebanggan karena *nickname* terkenal.
- Dari hobi menjadi profesi.

III.2.6 *Consumer Journey*

Untuk menyampaikan informasi dari sebuah media yang telah dirancang agar informasi tersebut mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat, maka dibutuhkan daftar aktifitas dari target audiens, berikut adalah consumer journey target audiens:

Tabel III.1 *Consumer Journey*

Sumber: Pribadi (12 Januari 2016)

No	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
1	Bangun tidur	Kamar tidur	*Gadget*
2	Perjalanan ke sekolah/kampus	Jalan	poster
3	Di sekolah/kampus	Sekolah/kampus	Poster, *gadget,*
4	Pulang dari sekolah/kampus	*Game center*	*Website,* poster, baju

III.2.7 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah ide untuk menunjang perancangan media yang telah direncanakan sebelumnya. Dan strategi kreatif ini dibutuhkan dalam merancang sebuah media informasi supaya informasi tersebut lebih efektif dan efisien. Dalam merancang informasi mengenai sosialisasi program pelatihan nasional atlet *e-sports* Indonesia ini akan dikemas melalui sebuah media *website* supaya informasi yang dismpaikan lebih terorganisir dan lebih mudah diakses dimanapun dan kapanpun.

Strategi dalam menyampaikan informasi mengenai sosialisasi program pelatihan nasional atlet *e-sports* Indonesia ini akan menggunakan media *website* yang ringan

supaya bisa lebih cepat diakses serta pengkategorian informasi untuk navigasi yang lebih mudah dan cepat.

III.2.7.1 *Storyboard*



Gambar III.2 *Storyboard*

Sumber: Pribadi (14 Januari 2016)

III.2.8 Strategi Media

Strategi media adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada target audien agar pesan yang akan disampaikan dapat dengan mudah diterima dan dipahami oleh target audien. Strategi media digunakan untuk menentukan media yang akan diaplikasikan kedalam rancangan, baik itu media utama ataupun media pendukung, berikut adalah media yang digunakan:

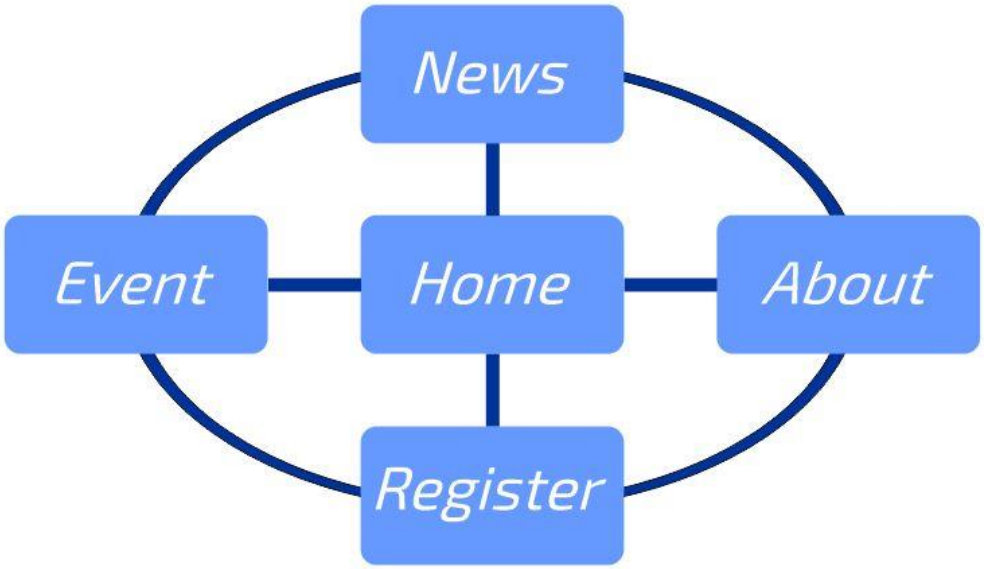
- **Media Utama**

Website adalah sebuah media informasi yang berada pada jaringan internet yang dapat diakses melalui protokol HTTP, oleh karena itu *website* dipilih karena dapat menyampaikan informasi secara cepat dan dapat diakses melalui fasilitas internet kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan komputer, laptop maupun *smart phone*.

- *Website* Statis

  Website statis adalah *website* yang hanya berjalan 1 arah, artinya tidak ada komunikasi langsung antara admin dengan pengguna ataupun pengguna dengan penguna *website* lainnya, *website* statis tidak memiliki fasilitas komentar, masuk atau daftar sebagai member dari *website* itu sendiri. Setiap halaman pada *website* statis tidak memiliki *database*.

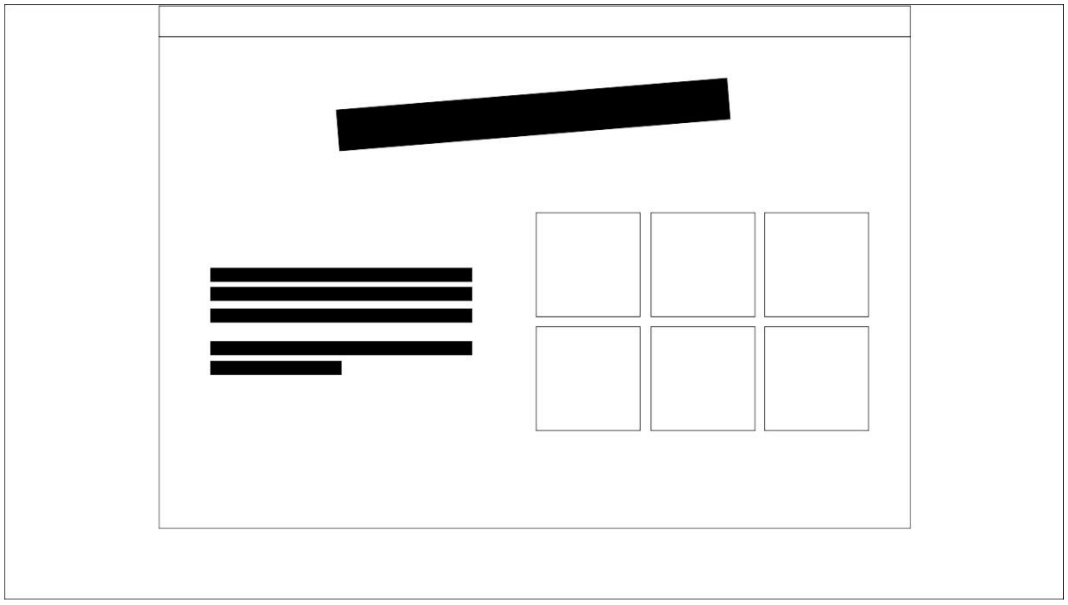
III.2.8.1 Navigasi



Gambar III.3 Gambar sistem navigasi

Sumber: Pribadi (12 Januari 2016)

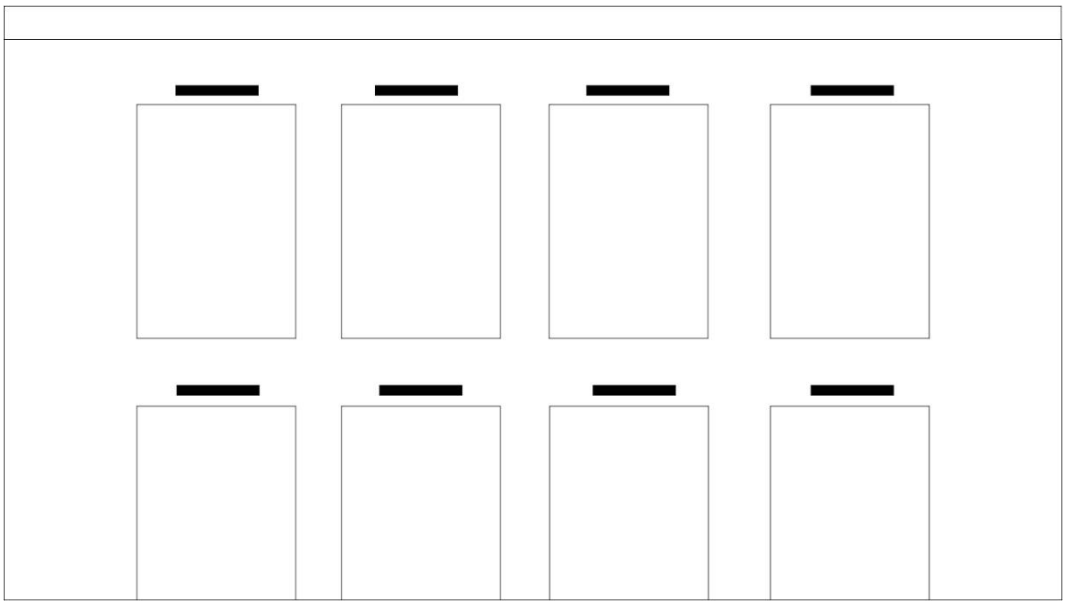
- *Home* : *Welcome Screen*, Navigasi *Icon*, navigasi *register*.
  : *SlideShow*
  : Berita Terbaru tentang e-*Sports* secara Umum



Gambar III.4 Tampilan halaman *Home*

Sumber: Pribadi (13 Januari 2016)

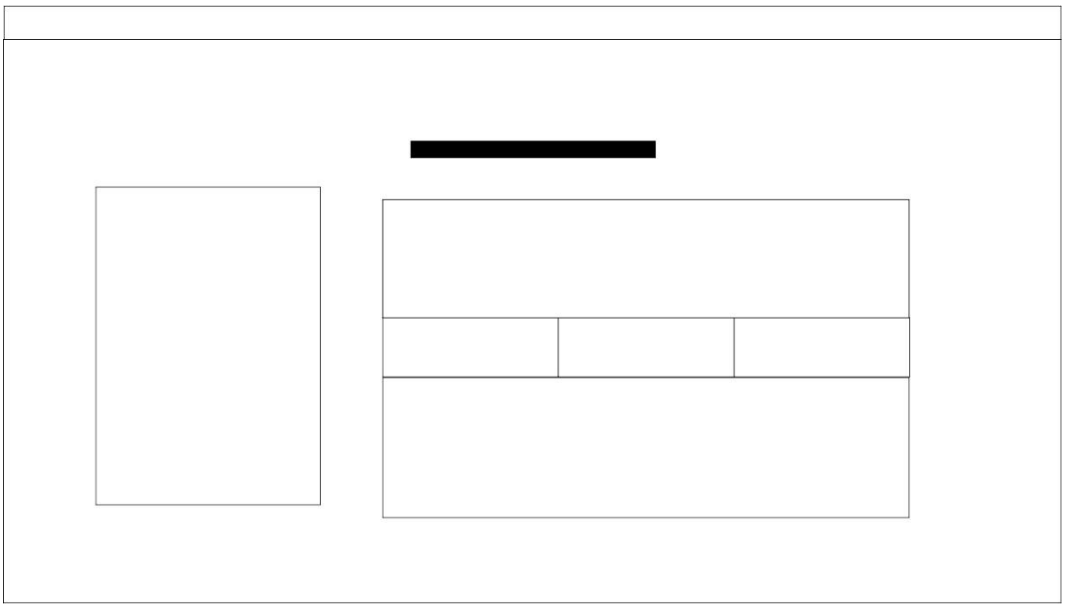
- *Event* : Berisi daftar poster turnamen dikategorikan setiap *game*



Gambar III.5 Tampilan halaman *Event*

Sumber: Pribadi (13 Januari 2016)

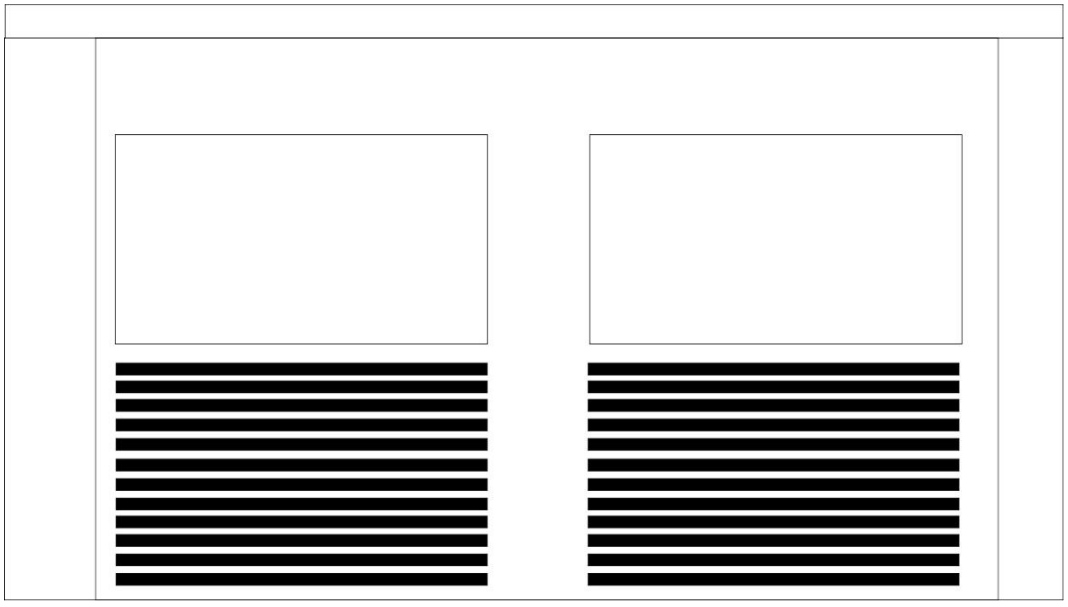
- *Detail* : Berisi tentang informasi turnamen



Gambar III.6 Tampilan halaman *detail event*

Sumber: Pribadi (13 Januari 2016)

- *News* : Berisi berita seputar *e-sports* dikategorrikan setiap *game*



Gambar III.7 Tampilan halaman *News*

Sumber: Pribadi (13 Januari 2016)

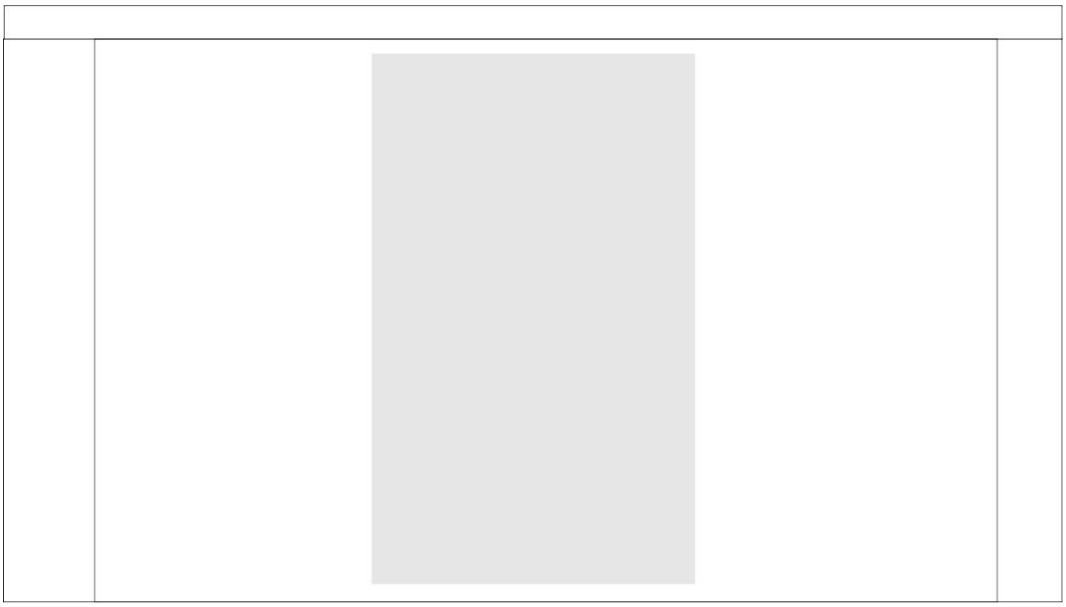
- *About* : halaman tentang IeSPA, Visi dan Misi, keanggotaan IeSPA



Gambar III.8 Tampilan halaman *About*

Sumber: Pribadi (13 Januari 2016)

- *Register* : Formulir pendaftaran team untuk menjadi anggota IeSPA.



Gambar III.9 Tampilan halaman *Register*

Sumber: Pribadi (13 Januari 2016)

- **Media pendukung**

  Media pendukung adalah media yang dibuat untuk mendampingi dan membantu promosi dari media Utama itu sendiri, berikut adalah media pendukung yang akan digunakan:

- **Media Cetak**
  - Poster

    Untuk pendamping dan promosi media utama yang akan disebar di *game center* dan sekolah di Indonesia.
  - *Door sign*

    Bersifat *memorable*, akan diberikan pada saat *event workshop, coaching clinic*, dan seminar IeSPA yang biasanya dilaksanakan di sekolah dan kampus di Indonesia.
  - Stiker

    Sama seperti *door sign*, bersifat *memorable* dan akan diberikan padaa saat event yang diselenggarakan oleh IeSPA.

- **Media Digital**
  - Penambahan "IeSPA" pada awal nama id dalam *game*

    Artinya sebagai tanda bahwa pemain tersebut telah mengikuti pelatnas atlet *e-Sports* Indonesia, yang diharapkan mampu memberikan contoh yang baik kepada *gamers* lainnya ketika sedang bermain *games.*
  - Meida Sosial

    Media sosial sebagai pendamping dan membantu promosi media utama, akan ada artikel yang ditulis di media sosial dan nantinya akan dilanjutkan ke media utama.

- **Media Linear**
  - Seragam nasional *e-sports* Indonesia

    Digunakan oleh *team* atau pemain yang terpilih untuk mewakili Indonesia dalam *tournament* internasional.

- Seragam latihan Pelatnas

  Digunakan oleh *team* atau pemain yang terpilih untuk mengikuti pelatnas atlet *e-Sports* Indonesia.
- *Mousepad*

  Bersifast *memorable,* akan diberikan pada saat *event* yang diselenggarakan oleh IeSPA.
- Emblem untuk *jersey team e-sports* yang sudah terferifikasi IeSPA

  Digunakan pada *jersey team* yang sudah terferifikasi IeSPA, sebagai tanda bahwa *team* tersebut sudah diakui oleh IeSPA dan diharapkan menjadi contoh yang baik kepada pemain *game* lainnya.

III.2.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi media *website event* IeSPA akan diterbitkan dengan menggunakan domain .com supaya lebih cepat dan mudah untuk diakses, sedangkan untuk media cetak akan disebarkan di *game center*, sekolah dan kampus agar penyampaian informasi lebih tepat mengarah kepada *gamers* dan dibeberapa tempat yang dianggap tepat untuk menyampaikan informasi tersebut.

Tabel III.2 Penyebaran media

Sumber: Pribadi (7 Februari 2016)

No	Media	Jenis	Penyebaran
1	Utama	*Website*	*Online*
2	Pendukung	Poster	Sekolah, kampus dan *game center*
		Door sign	Pada saat event IeSPA
		Stiker	Pada saat event IeSPA
		Nick IeSPA	Setelah mengikuti pelatnas
		Media sosial	*Online*
		Seragam Nasional	Saat bertanding di tingkat Internasional
		Seragam latihan	Pada saat mengikuti pelatnas
		Mousepad	Pada saat event IeSPA
		Emblem	Setelah mengikuti pelatnas

III.3 Konsep Visual

Konsep visual adalah bentuk rancangan yang dapat menyampaikan pesan melalui visual agar informasi yang akan disampaikan dapat diterima dan memperkuat pesan yang akan disampaaikan kepada target audien, berikut merupakan bagian dari konsep visual:

III.2.1 Format Desain

Website *event* IeSPA akan menggunakan resolusi *widescreen* karena rata rata penggunaan monitor di *game center* dan laptop berkisar 14-15 inch mempunyai ukuran resolusi dalam kisaran 1366 x 768 *pixel*. Serta pengkategorian informasi dalam setiap jenis *video game* untuk memudahkan pencarian informasi. Berikut adalah spesifikasi *website event* ieSPA:

- Jenis layar : *Widescreen*
- Resolusi : 1366 x 768 *pixel*
- Navigasi : *Header menu sub menu* (5 menu dan 12 sub menu)
  : Homepage icon
- Jumlah halaman : 8 halaman

III.2.2 Tata Letak

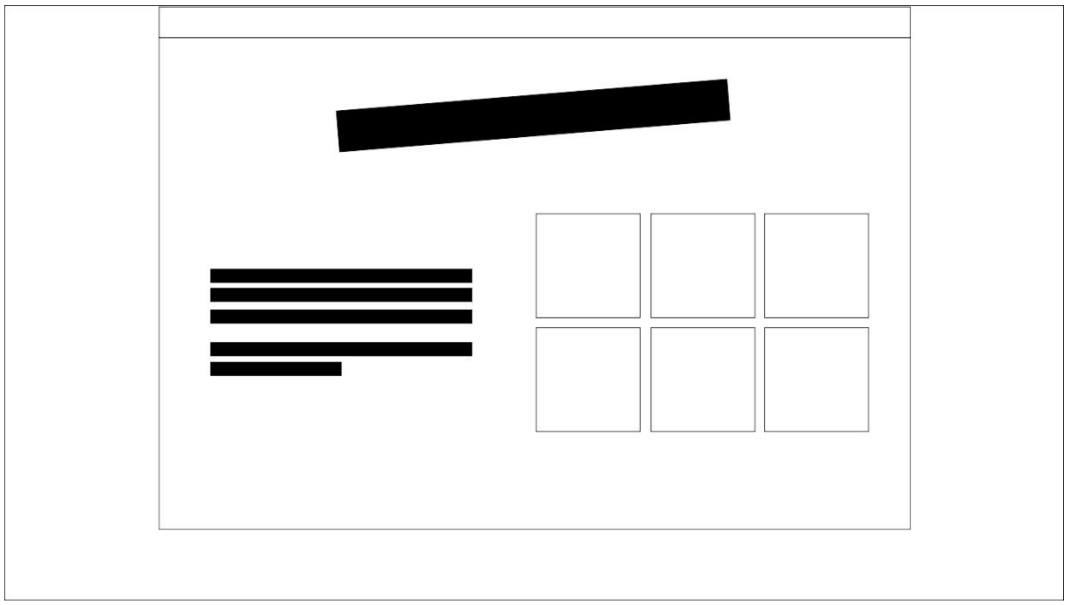
- Fixed:

  "Ini adalah layout atau tata letak primitif yang disukai oleh banyak orang, dan mudah untuk dibuat serta disesuaikan. Sebagaimana namanya, komponen website dikemas dalam lebar yang tetap . Dari pernyataan di atas jelaslah bahwa siapa pun yang melihat website dari browser dengan ukuran apa pun akan melihat website beserta komponen - komponennya dalam lebar yang tetap dan mereka tidak akan berpindah. Jika designer web di Surabaya menggunakan layout tipe fixed, lebar tata letak situs web tetap sama bahkan ketika dilihat di browser yang berbeda. Bila dilihat melalui layar yang lebih besar, pengguna akan dihadapkan dengan spasi. Bila dilihat melalui layar yang lebih kecil, pengguna harus scroll website secara

horizontal (yang tidak disukai oleh sebagian besar pengguna) untuk melihat elemen web." (Surya, 2013).

"*Layout static* pada web desain memiliki ukuran tetap pada semua resolusi *browser*. Lebar *layout static* ini menggunakan satuan *pixel* (px) sehingga akan menghasilkan *layout* yang statis. Contoh layout static: Facebook, Twitter." (Wicaksi, 2012).

Setiap informasi yang terdapat pada bagian halaman mempunya tata letak yang berbeda, namun disesuaikan dengan struktur gaya visual yang ditetapkan.



Gambar III.10 Tata letak pada bagian *home (welcome screen)*

Sumber: Pribadi (12 Januari 2016)

III.2.3 Huruf

Huruf menjadi *element* yang sangat penting dalam merancang sebuah media informasi karena informasi tersebut disampaikan melalui teks yang nantinya akan dibaca oleh target audiens.

> **"**Sebagai salah satu pembahasan dalam ilmu desain, tipografi memiliki prinsip yang sama dengan berbagai ilmu desain lainnya: membuat sesuatu menjadi beguna, dan mudah digunakan. Dalam konteks tipografi, tentunya hal ini diaplikasikan ke teks. Fungsi utama dari tipografi ialah membuat teks

menjadi berguna dan mudah digunakan. Artinya? Tipografi berbicara tentang kemudahan membaca teks (*readability*) dan kemudahan mengenali setiap huruf dan kata (*legibility*).” (Sim, 2013).

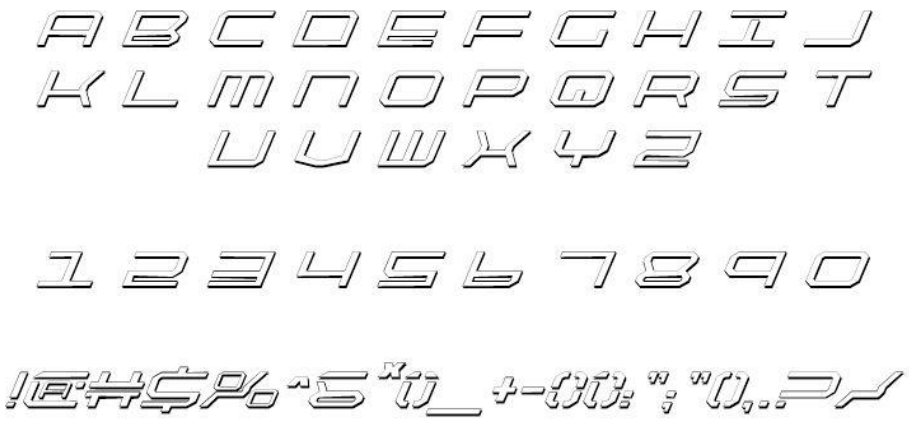
Oleh karena itu jenis huruf yang digunakan dalam perancangan *website event* IeSPA menggunakan huruf yang sering digunakan dalam sebuah video game yaitu *sans serif*, hal ini dilakukan untuk memperkuat karakter seorang *gamers*. Huruf yang digunakan harus memiliki tingkat keterbacaan yang jelas supaya informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dibaca oleh pengguna. Berikut adalah jenis huruf yang digunakan:



Gambar III.11 Tampilan *main menu* CS:GO

Sumber: Pribadi (7 februari 2016)

- *QuickTech Shadow Italic*

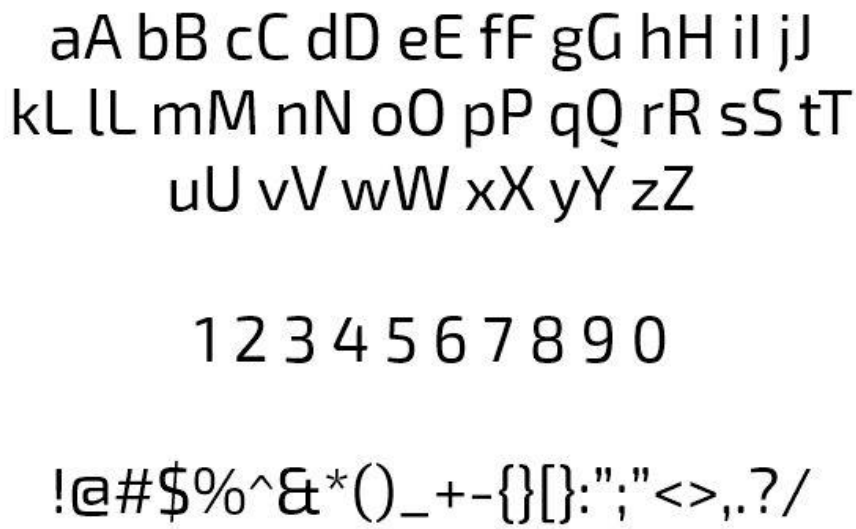


Gambar III.12 Jenis huruf *QuickTech Shadow Italic*

Sumber: Pribadi (12 Januari 2016)

Jenis huruf ini digunakan dalam *website event* IeSPA pada halaman *home* bagian *welcome screen* pada tulisan *WELCOME,* dengan beberapa modifikasi untuk menambah karakter gamers.

- Exo2.0



Gambar III.13 Exo2.0

Sumber: Pribadi (12 Januari 2016)

Jenis huruf ini digunakan untuk *menu header, headline dan body text,* agar pengguna *website* dapat dengan mudah membaca informasi yang disampaikan.

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam merancang *website event* IeSPA ini adalah berjenis *vector* 2D dan *icon* sebuah *video game.*

- *Icon*



Gambar III.14 Icon *Game* Dota 2

Sunber:

http://orig13.deviantart.net/97eb/f/2013/208/4/6/dota_2_icon___elementary_by_jordanoe-d6fg3h9.png (7 Januari 2016)



Gambar III.15 Icon *Game* CS:GO

Sunber: http://www.arkega.co.za/img/icons/icon_csgo.png (7 Januari 2016)



Gambar III.16 Icon *Game* LoL

Sunber:

ttp://orig04.deviantart.net/07eb/f/2013/274/a/5/league_of_legends_windows_8_tile_icon_by_intel_4004-d6ovotm.jpg (7 Januari 2016)



Gambar III.17 Icon *Game* FIFA

Sunber: http://www.ripten.com/wp-content/uploads/2012/06/ea-sports-football-club.jpg (7 Januari 2016)



Gambar III.18 Icon *Game* HoN

Sunber: http://pogs.free.fr/HoN/Icons/HoN.png (7 Januari 2016)

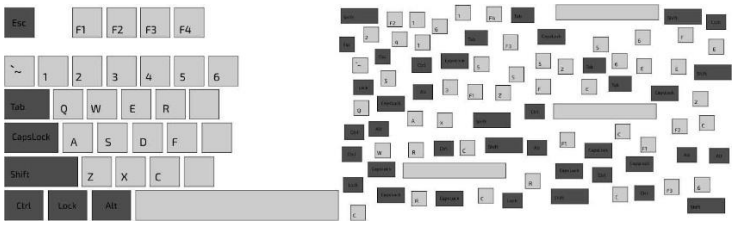


Gambar III.19 Icon *Game* HearthStone

Sunber:

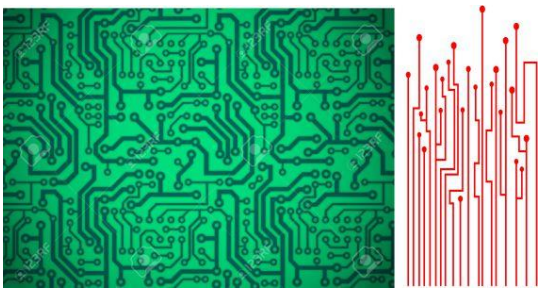
http://orig08.deviantart.net/3b49/f/2013/329/5/5/heearthstone_icon_by_shadow_terror-d6vme5z.png (7 Januari 2016)

- *Background*



Gambar III.20 *Vector* 2D untuk *background*

Sunber: Pribadi (10 Januari 2016)



Gambar III.21 *Vector* untuk motif pada seragam nasional

Sunber: Pribadi (10 Januari 2016)

III.2.5 Warna

“Setiap warna bisa diolah untuk menciptakan suasana hati yang berbeda. Warna cerah dan hangat untuk membangun peningkatan energi dan kewaspadaan. Warna dingin cenderung untuk relaksasi pembaca.” (Teguh, 2015).

Warna merupakan unsur yang dapat mewakili karakteristik dari sebuah rancangan desain, dalam perancangan *website event* IeSPA ini penggunaan warna cenderung lebih memilih merah, hitam dan abu-abu, karena 3 warna tersebut dapat mewakili karakter *video game*. Berikut adalah penjelasan pengambilan warna:

- Merah, Hitam dan Putih

  Diambil dari ciri khas produk atau sebuah produsen perangkat keras komputer yang mengusung tema *gaming series*.



Gambar III.22 Logo ASUS ROG

Sunber: http://img02.deviantart.net/52ed/i/2013/087/7/4/asus_rog_9_by_thach26-d5zms9f.png

(13 Januari 2016)



Gambar III.23 Logo MSI *Gaming Series*

Sunber: http://cdn.wccftech.com/wp-content/uploads/2013/02/MSI-G-Series-logo.jpg

(13 Januari 2016)

- Abu-abu

  Diambil dari tampilan *main menu* dota 2 dimana hampir semua *dashboard game main menu* tersebut berwarna abu-abu.



Gambar III.24 Tampilan *main menu* Dota 2

Sunber: http://cdn.dota2.com/apps/dota2/images/reborn/day1/NeverMissAMoment.jpg

(13 Januari 2016)



Gambar III.25 Warna yang digunakan

SunberPribadi (12 Januari 2016)