BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dibuat dari hasil suatu gagasan yang diambil sesuai kebutuhan solusi dengan mengacu pada aspek-aspek pendekatan studi terhadap *target audience*. Hal ini agar penyampaian informasi dan visual dapat diterima dengan baik dan dimengerti oleh *target audience* sehingga tujuan perancangan tercapai dengan baik. Adapun sikap yang ingin dicapai dalam perancangan aplikasi interaktif ini adalah:

- Komunikatif

  Memberi kesan dan pemahaman makna yang sama oleh *target audience* dengan makna yang diberikan.

- Informatif

  Memberi informasi yang jelas, lengkap dan mudah dimengerti oleh *target audience*.

- Edukatif

  Pesan yang disampaikan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi *target audience*.

- Hiburan

  Memberikan suatu hiburan bagi pengguna *smartphone* dengan media berupa Calung secara *virual* pada aplikasi interaktif.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Ada dua sifat komunikasi secara umum, yaitu komunikasi langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung merupakan komunikasi yang terjadi dengan langsung secara tatap muka antara manusia satu dengan lainnya. Sedangkan komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang dilakukan oleh manusia

dengan menggunakan alat atau media sebagai perantara seperti TV, internet, dan lain-lain.

Dari dua sifat komunikasi tersebut kemudian dibedakan kembali menjadi komunikasi verbal dan non verbal.

Menurut Tjandrasasmita (Seperti dikutip Ruskana, 2012)

> Komunikasi merupakan perilaku interaksi dalam masyarakat yang dilakukan secara verbal dan non verbal. Komunikasi verbal dilakukan melalui bahasa atau tulisan, sedangkan komunikasi non verbal yang disadari, antara lain melalui isyarat atau tanda, misalnya mengigit jari, mengaggukkan kepala, menatap atau tersenyum, sedangkan yang bersifat tidak disadari contoh membetulkan kacamata, mengubah tempat duduk, dan lainnya. (h. 24)

Maka pendekatan komunikasi yang akan digunakan pada aplikasi interaktif yang akan dirancang dalam bentuk aplikasi android untuk alat musik Calung ini adalah menggunakan pendekatan secara metafora dengan aspek pendekatan verbal dan non verbal (visual).

III.1.1.1 Pendekatan Verbal

Penggunaan bahasa yang akan digunakan untuk perancangan aplikasi interaktif ini akan menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan ejaan yang baik dan benar. Penggunaan bahasa ini berdasarkan *target audience* yang berprofesi sebagai pelajar, mahasiswa pengguna *smartphone* khususnya yang bertempat tinggal di Bandung, Indonesia. Walaupun mayoritas *target audience* menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa sehari-hari, ini adalah untuk tidak membatasi penggunaan aplikasi interaktif yang dikarenakan aplikasi interaktif ini memuat teks berupa informasi yang bersifat edukatif berupa ilmu pengetahuan mengenai alat musik Calung yang dapat bermanfaat bagi masyarakat pengguna *smartphone* pada umumnya.

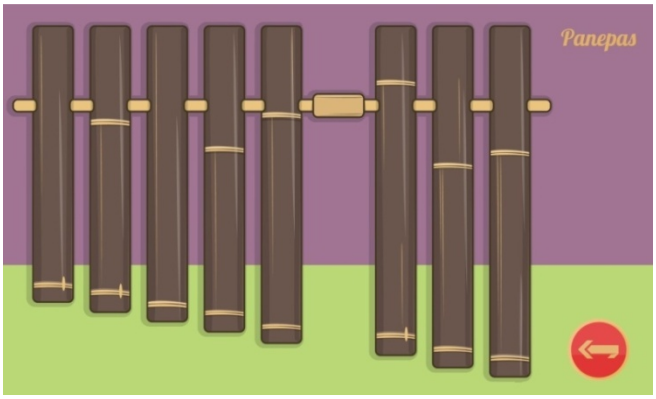
III.1.1.2 Pendekatan Visual

Karena pendekatan visual adalah faktor yang penting dalam mencapai daya tarik *target audience* maka penggambaran visual pada aplikasi interaktif ini adalah dengan cara penggambaran atau pencitraan ulang yang berhubungan dan mempunyai kesatuan serta irama dengan alat musik Calung dan mengesankan kepada hal yang lebih nyata yang komunikatif dan informatif.

Penggunaan berbagai elemen-elemen visual seperti gambar yang berupa foto, dan vektor seperti ikon tanda (sign) yang berhubungan dan mempunyai kesatuan serta irama dengan alat musik Calung dengan pendekatan studi terhadap *target audience*.

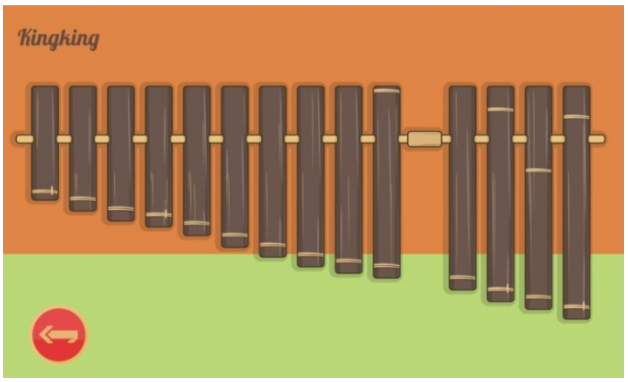
III.1.2 Strategi Kreatif

Hiburan dan edukasi merupakan tujuan perancangan aplikasi interaktif ini, maka aplikasi interaktif ini menyediakan alat musik Calung yang dapat dimainkan secara *virtual* yang disertai bunyi atau suara Calung sebagai bahan hiburan sekaligus pengetahuan *target audience* mengenai alat musik Calung. Berbagai informasi berupa ilmu pengetahuan mengenai alat musik Calung juga disertakan sebagai bahan edukasi yang dapat bermanfaat bagi *target audience*.



Gambar III.1 Calung *virtual* pada aplikasi (Calung *panepas*)

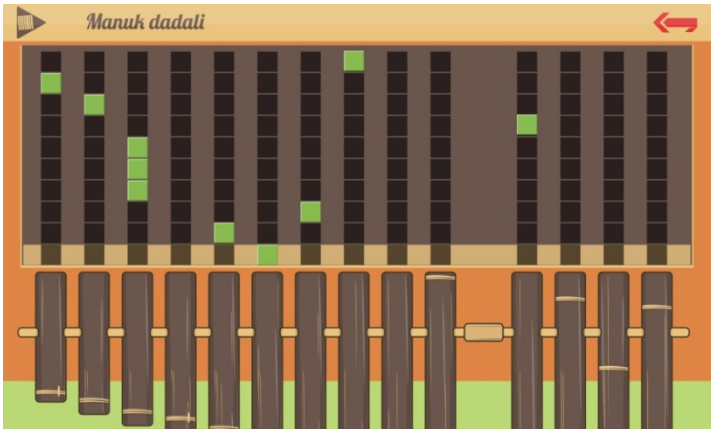
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.2 Calung *virtual* pada aplikasi (Calung *kingking*)

Sumber: Dokumen Pribadi

Strategi kreatif lainnya yang terdapat dalam aplikasi interaktif ini adalah berupa permainan yang bergenre *rhythm game*, yaitu permainan yang menantang pengguna dengan menekan tabung Calung pada layar *smartphone* untuk mengikuti irama pada lagu yang sebelumnya pengguna memilih terlebih dahulu lagu yang akan dimainkan dalam permainan ini. Lagu yang tersedia merupakan lagu-lagu Sunda dengan aransemen ulang kembali dengan menambahkan unsur musik yang bergenre *electronic* sehingga tercipta perpaduan antara musik tradisional dengan modern. Strategi kreatif *tutorial* ini juga sebagai nilai jual pada aplikasi aplikasi interaktif ini.



Gambar III.3 Permainan Calung pada aplikasi (Calung *kingking*)

Sumber: Dokumen pribadi

III.1.3 Strategi Media

Strategi media pada perancangan aplikasi interaktif ini berupa media yang dalam pemilihannya disesuaikan dengan kebutuhan solusi dengan mengacu pada aspek-aspek pendekatan studi terhadap *target audience* agar dapat diterima dengan informatif. Media tersebut terbagi dalam media utama dan media pendukung.

1) Media utama

Media utama yang digunakan adalah multimedia interaktif *offline* yang diaplikasikan pada *smartphone* android. Media ini berdasarkan *target audience* yang banyak menggunakan *smartphone* sebagai bagian dari kebutuhan untuk beraktivitas.

2) Media pendukung

Media pendukung mempunyai peranan sebagai penguat dari media utama dengan tujuan untuk memperkenalkan dan meningkatkan popularitas aplikasi interaktif ini. Pemilihan media pendukung mengacu pada perilaku *target audience* untuk memudahkan penyampaian informasi.

Media pendukung aplikasi interaktif ini meliputi:

1. Media *internet*

   Pemilihan media internet berdasarkan pada perilaku *target audience* yang gemar menggunakan internet dalam aktivitas kesehariannya. Media internet ini adalah sebagai berikut:

   - *Web banner*

     Bentuk iklan yang dipakai di jaringan internet. Bentuk iklan ini biasanya merupakan bagian dari suatu halaman *web* yang dipakai untuk menarik perhatian dan menyampaikan informasi kepada pengguna internet. *Web banner* ditempatkan pada *website* yang sering dikunjungi oleh *target audience*.

- Media sosial Facebook dan Twitter

  Kegemaran orang terhadap situs pertemanan ini baik dari kalangan anak-anak maupun dewasa menjadi suatu fenomena. Penggunaan media facebook dan twitter sebagai media untuk penyampaian informasi mengenai aplikasi interaktif ini sebagai dasar dari *target audience* yang sudah memiliki akun facebook dan twitter. Melalui pesan dinding dan pesan personal serta tweet (kicauan), bentuk penyampaian informasi mengenai aplikasi interaktif ini bisa dilakukan.

2. Media cetak

   Pemilihan media cetak berdasarkan pada perilaku *target audience* yang aktif dalam beraktivitas, suka keluar rumah, sehingga diperlukan media untuk memenuhi kebutuhan penyampaian informasi mengenai media utama secara fisik. Media cetak ini meliputi:

   - Poster

     Poster merupakan sebuah sarana penyampaian informasi yang sudah lama dipergunakan karena sifatnya jelas, sederhana dan menarik perhatian. Selain itu usia baca poster relatif lama serta dipasang pada lokasi-lokasi tertentu yang banyak dilalui oleh *target audience*.

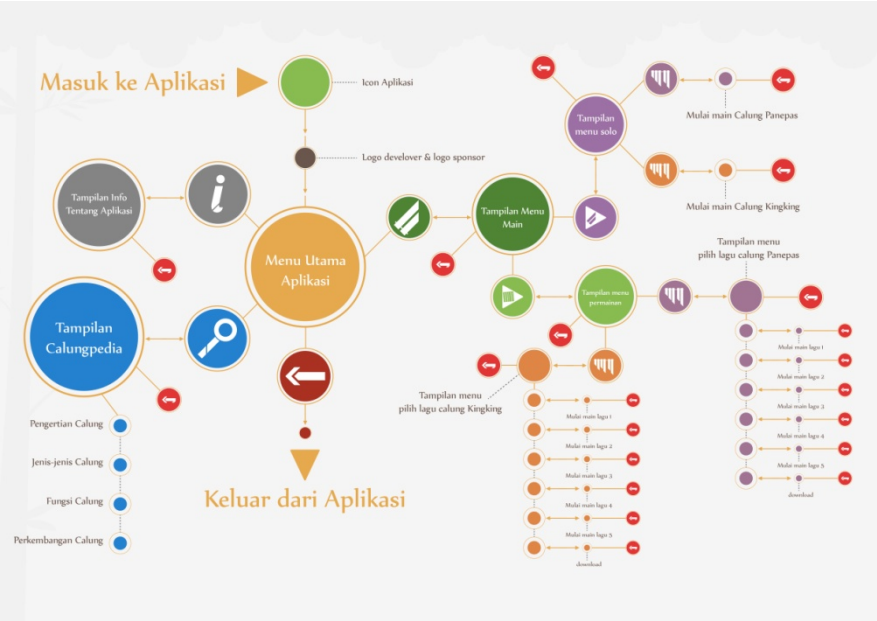
III.1.4 Sistem Navigasi

Menurut Sunjaya (2012, h.10) ada beberapa sistem atau struktur navigasi yang biasa digunakan dalam pembuatan multimedia interaktif. Salah satunya adalah sistem navigasi campuran. Sistem ini merupakan penggabungan dari beberapa sistem navigasi seperti sistem navigasi linear, hirarki, dan non-linear.

Sunjaya (2012) menjelaskan bahwa sistem navigasi campuran:

Merupakan gabungan dari struktur sebelumnya dan disebut juga struktur navigasi bebas, maksudnya adalah jika suatu tampilan membutuhkan percabangan maka dibuat percabangan. Struktur ini paling banyak digunakan dalam pembuatan aplikasi multimedia (h.10).

Adapun navigasi dalam perancangan aplikasi interaktif ini dirancang agar memudahkan akses dalam penggunakan aplikasi interaktif ini.



Gambar III.4 Rancangan navigasi

Sumber: Dokumen pribadi

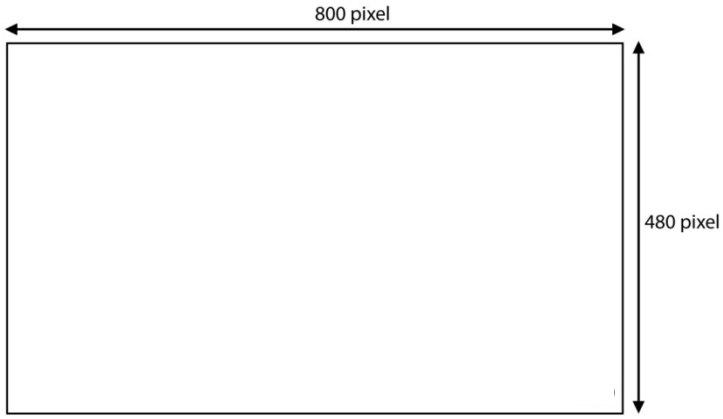
III.2 Konsep Visual

Perancangan aplikasi interaktif tidak terlepas dari sebuah rancangan visual yang baik agar informasi yang berbentuk visual dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh *target audience*. Proses dalam menentukan visual diambil sesuai dengan kebutuhan solusi yang mengacu pada aspek pendekatan terhadap *target audience* serta pendalaman materi dari permasalahan.

Konsep visual dalam perancangan aplikasi ini memadukan unsur-unsur tradisional serta modern yang membentuk kepada sebuah kesatuan dan seimbang, Konsepnya adalah memberikan kesan ceria, menyenangkan kepada *target audience* sehingga memberikan impresi yang baik kepada *target audience* dengan penggunaan unsur visual seperti warna, tata letak, tipografi serta musik yang akan digunakan dalam perancangan aplikasi interaktif ini.

III.2.1 Format Desain

Format dalam perancangan desain aplikasi interaktif ini disesuaikan dengan tampilan pada *smartphone* dengan penyesuaian sesuai kebutuhan untuk menempatkan isi atau konten yang terdapat dalam aplikasi interaktif. Format akhir dari aplikasi interaktif adalah (.apk), format tersebut merupakan format aplikasi standar untuk sistem operasi Android. Format desain yang digunakan adalah dengan aspek rasio 3:2 dengan mode orientasi *landscape* beresolusi 800 pixel x 480 pixel *fullscreen* pada layar *smartphone*.



Gambar III.5 Format desain

Sumber: Dokumen pribadi

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Perancangan layout atau tata letak untuk aplikasi interaktif ini dirancang meliputi penempatan teks, gambar dan elemen visual lainnya dengan pengaturan yang dinamis dengan *balance* atau keseimbangan yang merata.

Rustan (2009) menjelaskan bahwa:

> Pembagian berat yang merata pada suatu bidang *layout*. Pembagian berat yang merata bukan berarti seluruh bidang *layout* harus dipenuhi dengan elemen, tetapi lebih pada menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan dengan meletakkan pada

tempat yang tepat. Tidak hanya pengaturan letak, tetapi juga ukuran, arah, warna dan atribut-atribut lainnya (h. 75).

Selain keseimbangan pada perancangan *layout* yang harus diperhatikan, kesatuan yang dimiliki oleh sebuah *layout* merupakan satu hal penting lainnya. Kesatuan pada warna, teks, gambar dan elemen visual lainnya harus selaras dan berkaitan satu sama lainnya. Seperti yang dijelaskan oleh Rustan (2009) “Supaya sebuah layout memberi efek yang kuat bagi pembacanya, ia harus mempunyai kesan *unity*/kesatuan” (h. 75).

Keseimbangan yang merata pada rata kanan untuk tampilan *interface* bagian penempatan tombol pilihan adalah untuk memudahkan interaksi pengguna terhadap tombol pilihan pada aplikasi ini.



Gambar III.6 Rata kanan pada penempatan tombol

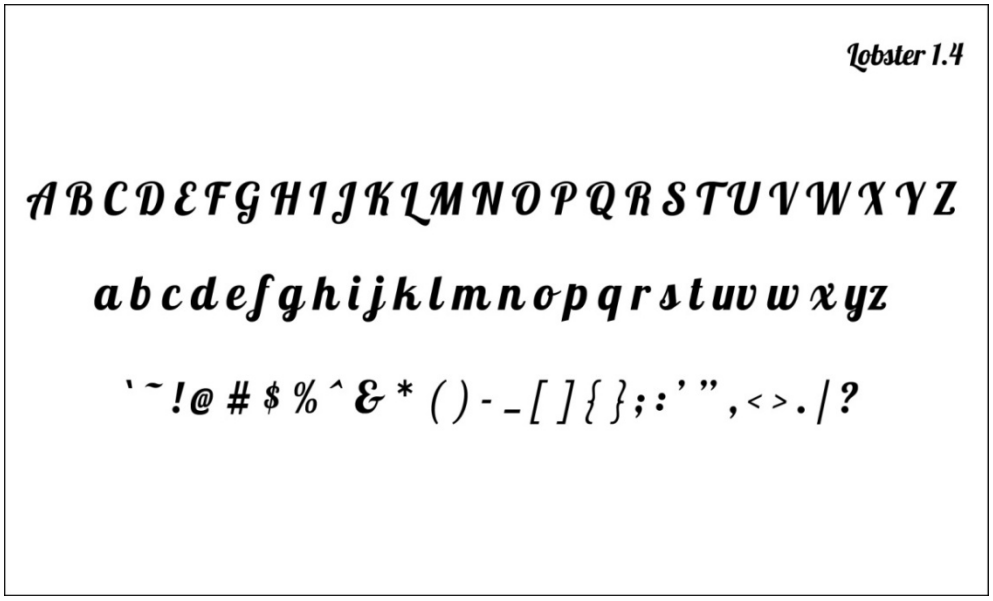
Sumber: Dokumen pribadi

III.2.3 Tipografi

Pemilihan suatu huruf pada perancangan aplikasi interaktif diawali dengan pemilihan karakter huruf atau *typeface* yang sesuai dengan karakter pada penyesuaian sesuai kebutuhan dengan mengacu kepada aspek-aspek pendekatan terhadap *target audience* serta objek yang akan dikomunikasikan. Menurut Rustan (2011) “Istilah *typeface* lebih mengarah pada bentuk atau desain huruf yang digunakan” (h. 18).

Selain faktor kesesuaian pemilihan *typeface*, juga ditinjau pada aspek *readability* atau tingkat keterbacaan dan *legibility* atau kemudahan mengenali hurufnya. Sehingga teks yang terdapat pada isi dari informasi yang dikomunikasikan dapat dibedakan dan terbaca oleh *target audience*.

Pada perancangan aplikasi interaktif ini, pilihan *typeface* yang dipakai untuk *display type* adalah *typeface* yang berjenis script. Pemilihan script sebagai pemilihan *typeface* untuk *display type* adalah untuk memunculkan kesan elegan dan *fun* untuk memunculkan penarik perhatian kepada *target audience*. Sebagaimana dijelaskan oleh Rustan (2011) "pada umumnya kategori serif dan sans serif paling baik untuk text type karena ditujukan untuk itu, sedangkan dekoratif dan script untuk display" (h. 80).



Gambar III.7 *Typeface* untuk *display type*, font Lobster 1.4

Pemilihan *typeface* untuk *text type* ditinjau pada *legibility*-nya, sebagaimana dijelaskan oleh Rustan (2011) "Memilih *typeface* untuk *text type* harus lebih berhati-hati karena syarat *legibility*-nya yang lebih tinggi dibandingkan dengan *display type*" (h. 80). Dari penjelasan tersebut *typeface* untuk *text type* adalah yang berjenis semi sans serif atau biasa dikenal dengan humanist sans serif karena sifat *legibity* dan *readability*-nya yang tinggi.



Gambar III.8 *Typeface* untuk *text type*, font Nyala

III.2.4 Gaya Visual (Ilustrasi)

Ilustrasi penggambaran atau pencitraan ulang suatu objek dengan visual dengan berbagai macam gaya pengilustrasian melaui pendekatan studi terlebih dahulu terhadap *target audience*.

Menurut Tabrani (seperti dikutip Damayanti, 2006)

> Ilustrasi merupakan media penyampaian pesan yang mempunyai misi tertentu. Dalam penciptaannya objek pilihan mengalami pengolahan bentuk sedemikian rupa sehingga memiliki makna sosial, pada akhirnya keindahan tampak bukan karena sempurna bentuknya akan tetapi disebabkan oleh konsep perupaan yang tercipta menjadi baik dan komunikatif. (h. 7)

Penggayaan ilustrasi untuk perancangan aplikasi interaktif ini adalah dengan visual berupa vektor 2D dengan penggayaan kartun seperti penggayaan pada *game* Angry Birds agar menarik perhatian dan menimbulkan kesan menyenangkan pada tampilan aplikasi interaktif ini karena *target audience*-nya adalah remaja.



Gambar III.9 *Game* Angry Birds

Sumber: http://images5.fanpop.com/image/photos/28200000/construction-angry-birds-28211592-1920-1200.jpg (4 Juli 2013)



Gambar III.10 Contoh gaya visual

Sumber: Dokumen pribadi

III.2.5 *User Interface*

Ada beberapa macam tampilan tata muka atau *interface* pada aplikasi ini yakni *button* tombol-tombol untuk memilih pilihan dan dibuat dengan bentuk yang besar agar memudahkan pengguna untuk menyentuh tombol tersebut serta pembuatan button tersebut adalah referensi dari bambu, khususnya bambu hitam merupakan bahan dasar pembuatan Calung.

Selain itu ada juga tampilan Calungpedia, tampilan calung panepas dan kingking dalam mode solo dan permainan, serta tampilan menu utama



Gambar III.11 Tombol pilihan

Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.12 Contoh *User interface*

Sumber: Dokumen pribadi

III.2.6 Warna

Pemilihan komposisi warna untuk perancangan aplikasi interaktif ditinjau dari berbagai pendekatan studi terhadap *target audience*, antara lain usia dan warna sebagai symbol yang mempunyai makna. Warna yang digunakan adalah warna dengan *tone* cerah dengan perpaduan berbagai warna, karena warna tidak akan berdiri sendiri sehingga perpaduan warna tersebut dapat membedakan warna satu dengan warna yang lainnya.

Warna yang akan dipakai untuk perancangan aplikasi interaktif ini adalah warna dengan mode RGB karena hasil dari perancangan aplikasi ini ditampilkan pada layar *smartphone*, warna yang dipakai antara lain adalah warna-warna:

1. Hijau

   Menurut Syaiful (2009) warna ini menunjukkan warna bumi, tanaman dan pohon, kesuburan, pertumbuhan, muda, kesuksesan materi, pembaharuan, daya tahan, keseimbangan, dan persahabatan, memenangkan pikiran, merangsang kreatifitas.

   Penggunaan warna ini berdasarkan *target audience* yaitu remaja yang muda dan kreatif, serta kondisi alam Jawa Barat yang subur dengan tanaman dan pohonnya.



2. Coklat

   Menurut Syaiful (2009) warna ini menunjukkan persahabatan, warna bumi, kedamaian, produktivitas, praktis, kerja keras.

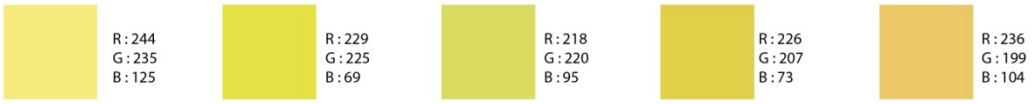
   Penggunaan warna ini berdasarkan dari Calung, yaitu coklat. Selain itu penggunaan warna ini sebagai konsep dari aplikasi yang praktis.



3. Kuning

Menurut Syaiful (2009) warna kuning merangsang aktivitas mental, menarik perhatian, energi sosial, kerjasama, kebahagiaan, kegembiraan, kehangatan, loyalitas.

Penggunaan warna ini berdasarkan konsep aplikasi yang bertujuan untuk memberikan hiburan kepada *target audience*.



4. Biru

Menurut Syaiful (2009) warna ini memberikan kesan Komunikasi, dinamis, kestabilan, menampilkan kekuatan teknologi, kebersihan.

Penggunaan warna ini berdasarkan konsep aplikasi yang modern mencerminkan teknologi.



5. Ungu

Menurut Syaiful (2009) warna ini menunjukkan pengaruh, kekuatan spiritual, upacara, misteri, kepercayaan yang dalam, ambisi.

Berdasarkan hal itu, warna ungu dipakai sebagai representasi calung yang berfungsi untuk upacara penghormatan kepada dewi padi.



6. Oranye

Menurut Syaiful (2009) warna ini menunjukkan kehangatan, antusiasme, persahabatan, keadilan, daya tahan, kegembiraan, gerak cepat.

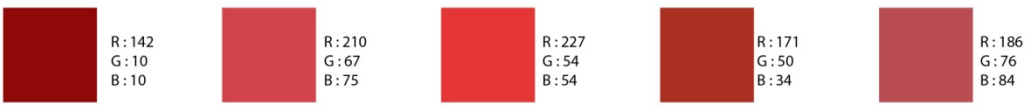
Sesuai dengan konsep aplikasi yaitu memberikan hiburan, warna ini dipakai untuk mempresentasikan kegembiraan.



7. Merah

Menurut Syaiful (2009) warna ini melambangkan kesan energi, pencapaian tujuan.

Target audience adalah remaja, maka warna ini adalah sebagai representasi dari remaja yang berenergi dan bersemangat.



8. Abu-abu

Menurut Syaiful (2009) warna ini mencerminkan keamanan, kepandaian, tenang dan serius, kesederhanaan, kedewasaaan, konservatif, praktis, profesional, kualitas.

Target audience adalah remaja, maka warna ini aalah sebagai representasi dari remaja yang pandai, memulai kedewasaan, dan remaja yang berkualitas.



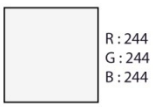
9. Hitam

Warna hitam merupakan warna dari bambu yang dipakai untuk bahan pembuatan Calung, selain itu warna hitam juga dapat menampilkan perspektif dan kedalaman.



10. Putih

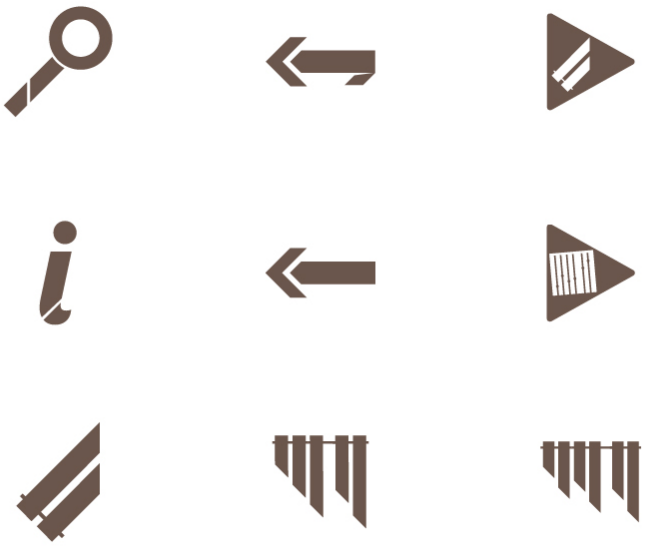
Warna putih cocok untuk menampilkan atau menekankan warna lain serta member kesan kesederhanaan dan kebersihan.



III.2.7 *Icon*

Icon atau ikon merupakan penyederhanaan bentuk dari pesan yang dikomunikasikan melalui grafik dalam tampilan *interface* atau tatapmuka. Menurut Setyanto (2009) “Ikon tidak memerlukan kesepakatan (konvensi) dalam memaknainya, Ikon bukan hanya berupa gambar yang disederhanakan namun setiap gambar yang mewakili obyek yang direpresentaikan”. (para. 3).

Ikon dalam aplikasi ini menggunakan format 2D dengan tujuan memudahkan pengguna dan mengenali fungsi dalam berinteraksi dengan *button* atau tombol dalam aplikasi interaktif. Pembuatan ikon sendiri melalui studi terhadap ikon-ikon yang sudah cukup terkenal seperti ikon Wikipedia, ikon Google play dan yang lainnya dengan melalui pengembangan serta penambahan bentuk.



Gambar III.13 Ikon

Sumber: Dokumen pribadi



Gambar III.14 Ikon aplikasi

Sumber: Dokumen pribadi

Berikut adalah bagaimana ikon pada aplikasi ini dibentuk dengan melakukan studi.



Gambar III.15 Studi ikon

Sumber: Dokumen pribadi

III.3 Musik

Dalam perancangan aplikasi interaktif ini, musik digunakan juga sebagai bagian dari perancangan untuk fitur permainan dalam aplikasi interaktif ini. Dalam hal ini penulis memakai musik-musik khas sunda dengan meng-aransemen ulang kembali menjadi perpaduan musik tradisional dengan modern bergenre elektro dengan menggunakan nada pentatonik yakni da-mi-na-ti-la.

Lagu yang dipakai untuk fitur permainan dalam aplikasi interaktif ini adalah sebagai berikut:

1. Manuk dadali
2. Cingcakeling
3. Bubuy bulan
4. Kaso-kaso
5. Ayun ambing