BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Target Audiens

Penentuan target audiens sangat diperlukan dalam perancangan konsep media. Agar pendekatan kepada target sasaran dapat lebih terfokus dan efektif dalam penyampaian pesan. Target audiens dalam perancangan multimedia interaktif berprestasi dengan tempe, yaitu :

A. Demografis

- **Gender**
  Laki-laki dan perempuan
- **Usia**
  6-12
- **Pendidikan**
  Sekolah Dasar
- **Status Ekonomi Sosial**
  Menengah ke atas

B. Geografis

- **Primer**
  Kota Bandung
- **Sekunder**
  Jawa Barat

C. Psikografis

Anak-anak yang aktif untuk mengetahui sesuatu hal yang baru, senang bermain dan menyukai permainan.

Target audiens adalah target sasaran penyampaian informasi-informasi yang ada dalam media informasi yang akan dirancang. Seperti yang telah dikemukakan diatas, target audiens demografi adalah seorang anak laki-laki dan perempuan berusia 6-12 tahun yang merupakan pelajar SD. Menurut http://akubisamendengar.wordpress.com secara psikologis anak-anak pada usia tersebut sedang mengalami perkembangan kognitifitas dan menurut

http://abazariant.blogspot.sg tujuan aspek kognitif berorientasi pada kemampuan berfikir yang mencakup kemampuan intelektual yang lebih sederhana, yaitu mengingat sampai pada kemampuan memecahkan masalah yang menuntut seorang anak untuk menghubungkan dan menggabungkan beberapa ide, gagasan, metode atau prosedur yang dipelajari untuk memecahkan masalah tersebut.

fase anak kecil	usia 2-3 tahun	ditandai dengan perkembangan kemampuan awal komponen motorik
fase pra-sekolah	usia 4-5 tahun	ditandai dengan penemuan dan mengujian sikap egosentris dan negativisme menuju kemampuan sosial bersama sebaya dlm lingkungannya.
fase sekolah	usia 6-12 tahun	ditandai dengan peningkatan kemampuan kognitif dan keinginan untuk berkomunikasi dengan teman sebaya sesama jenis.

Gambar II.4. Fase Pertumbuhan Masa Anak-Anak
Sumber : http://akubisamendengar.wordpress.com/2012/08/31/pahami-perkembangan-anak-untuk-memberi-yang-terbaik-baginya/ (20 Desember 2013).

III.2. Strategi Perancangan

Menurut John Burch dan Gary Grudnitski yang telah terjemahkan oleh Jogiyanto (2005:196) menyebutkan bahwa: “desain sistem dapat didefinisikan sebagai penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah dari satu kesatuan yang utuh dan berfungsi”. Definisi perancangan menurut Al-Bahra Bin Ladjamudin (2005:51) menjelaskan bahwa: “perancangan adalah kemampuan untuk membuat beberapa alternatif pemecahan masalah”.

Sebagai landasan dalam merancang media informasi tentang manfaat tempe untuk kesehatan dan pertumbuhan anak, diperlukan suatu strategi perancangan. Untuk itu langkah-langkah strategi perancangan yang akan diambil meliputi:

III.2.1. Pendekatan Komunikasi

Menurut Hovland, Janis & Kelley (seperti yang dikutip Zubair, 2006), komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata)

dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Oleh karena itu, penulis memaparkan informasi sebagai berikut:

III.2.1.1. Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Tempe sangat bermanfaat untuk kesehatan dan masa pertumbuhan anak-anak.
- Dengan mengkonsumsi tempe setiap hari dapat mencukupi gizi seseorang dan membantu anak dalam masa pertumbuhannya sehingga dapat menjadi anak yang berprestasi di dalam maupun luar sekolah.

III.2.1.2. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan yang ingin disampaikan tepat pada sasaran maka akan dilakukan perancangan media informasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh target sasaran. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, dan gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa yang mudah dimengerti dan biasa digunakan oleh anak-anak sehari-hari.

III.2.1.3. Pendekatan Visual

Strategi pendekatan visual yang dilakukan pada media informasi ini adalah dengan menciptakan dua karakter anak pecinta tempe yang menggunakan seragam sekolah dan dua karakter orang dewasa. Karakter anak pecinta tempe ini akan terfokus pada segmentasi status pendidikannya yaitu sekolah dasar.

Untuk visualisasi latar, akan disesuaikan dengan pendekatan visual karakter anak pecinta tempe, yaitu pada

lingkungan mereka seperti sekolah, kelas, lapangan sepakbola, rumah, dan dapur.

Sesuai dengan target yang akan dituju yaitu anak-anak, maka visualisasi yang akan digunakan adalah bergaya kartun, karena telah diketahui secara umum bahwa gaya gambar kartun sangat disenangi oleh anak, hal ini terbukti dari hasil kuesioner yang dilakukan, dalam kuesioner yang terdapat pada tabel III.1 menunjukan bahwa hampir dari 100 anak menyukai kartun yaitu 97 menyukai kartun dan hanya 3 anak saja yang tidak menyukai kartun.

III.2.2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah ide yang dikeluarkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan, dan strategi kreatif dibutuhkan dalam merancang media informasi ini agar menjadikannya media yang efektif. Dalam merancang media informasi tentang manfaat tempe untuk kesehatan dan pertumbuhan anak, informasi mengenai hal tersebut akan dikemas dengan menyajikan illustrasi, cerita, permainan dan musik.

Strategi perancangan illustrasi digunakan untuk menggambarkan karakter dua anak pecinta tempe yang akan memandu bagaimana cara mengakses media informasi ini, serta memberi penjelasan dimulai mengenai tempe, manfaat apa saja yang dihadirkan tempe, dan mengajak pengguna untuk bermain yang ada di dalam media informasi ini, selain itu dua karakter tersebut menjelaskan bahwa dengan mengkonsumsi tempe setiap hari dapat membuat mereka berprestasi di dalam ataupun diluar sekolah dan mengajak pengguna untuk mengkonsumsi tempe setiap hari.

Illustrasi yang ditampilkan pada media informasi ini akan menggunakan teknik vector dan digital painting. Desain *vector* yaitu menggunakan perhitungan matematis dalam menentukan dan

menampilkan obyek-obyek penyusun sebuah desain yang meliputi berbagai parameter penyusun suatu obyek, seperti posisi koordinat, tebal tipisnya garis luar (*outline*), warna isi (*fill*) obyek (Hasto Suprayogo, 2009). Oleh karenanya, desain *vector* lebih banyak digunakan untuk membuat desain-desain yang menekankan pada soliditas bentuk dan warna, serta fleksibilitas ukuran seperti kartun, logo dan sebagainya.

III.2.3. Strategi Media

Kata media berasal dari bahasa Latin medius yang secara harfiah berarti ”tengah”, ”perantara” atau ”pengantar”. Dalam bahasa Arab media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Dalam pengertian ini, guru, buku teks, dan lingkungan sekolah merupakan media. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses belajar mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, photografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal (Arsyad, 2000).

Dalam perancangan media informasi ini, dibutuhkan strategi media agar media yang akan diproduksi bisa lebih terperinci dan terfokus. Strategi media mencakup 2 bagian, media utama dan media pendukung.

1. **Media Utama**

   Media utama yang akan dirancang adalah multimedia interaktif berbentuk cd dan aplikasi yang dapat diunduh sebagai media informasi manfaat tempe agar informasi yang disampaikan lebih menarik minat anak-anak untuk mempelajari dan mengenal manfaat tempe untuk kesehatan dan masa pertumbuhan anak. Terpilihnya multimedia interaktif sebagai media utama dikarenakan multimedia interaktif disini memiliki banyak keunggulan seperti memiliki unsur teks, suara, gambar, dan gerak yang sangat mendukung untuk membantu proses penyampaian informasi dibandingkan dengan buku yang tidak mempunyai unsur interaktif.

2. Media Pendukung

Media pendukung yang akan digunakan berfungsi untuk mendampingi dan mempromosikan media utama. Media pendukung yang akan digunakan diantaranya:

- Poster

  Poster dapat menjadi media pendukung dalam menginformasikan tentang cd interaktif berprestasi dengan tempe. Poster adalah media yang sering dijumpai dan merupakan media yang bersinggungan langsung dengan target audiens. Poster ini akan ditempatkan di sekolah tersebut sebagai sarana informasi.

- *Mousepad*

  Dipergunakan oleh target audiens yang juga dapat menjadi pengingat media utama.

- *X-banner*

  Digunakan untuk mempertegas keberadaan multimedia interaktif pada tempat multimedia interaktif ini disebarluaskan.

- *Flagchain*

  Digunakan sebagai *sign* area penyebaran multimedia interaktif di daerah perpustakaan sekolah.

- *T-shirt*

  Dipergunakan oleh target audiens yang juga dapat menjadi pengingat media utama.

- Gantungan kunci

  Dipergunakan oleh target audiens yang juga dapat menjadi pengingat media utama.

- Pin

  Dipergunakan oleh target audiens yang juga dapat menjadi pengingat media utama.

- Mug

  Dipergunakan oleh target audiens yang juga dapat menjadi pengingat media utama.

- Stiker

  Dipergunakan oleh target audiens yang juga dapat menjadi pengingat media utama.

- Web

  Dipergunakan oleh target audiens untuk mengunggah multimedia interaktif secara gratis.

III.2.4. Strategi Distribusi

Strategi distribusi untuk media informasi ini akan dilakukan dengan cara bertahap, yaitu diprioritaskan disebar di wilayah kota Bandung dan sekitarnya, melalui instansi pendidikan yang terkait seperti sekolah. Pendistribusian multimedia interaktif ini yang dilakukan atas kerjasama lembaga pendidikan dan lembaga kesehatan menyebarkan cd interaktif ke perpustakaan sekolah dasar negeri yang ada di Kota Bandung secara gratis, dan multimedia interaktif ini juga dapat di unduh oleh anak-anak secara gratis pada laman yang disediakan.

III.3. Konsep Visual

Untuk menghasilkan visual media informasi yang baik maka dibutuhkan konsep visual yang matang untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian pesan tentang manfaat tempe untuk kesehatan dan masa pertumbuhan anak, yaitu sebagai berikut:

III.3.1. Format Desain

Dalam perancangan media informasi berupa multimedia interaktif yang bersegmentasi pada anak-anak SD, disajikan dengan teknik ilustrasi. Format desain multimedia interaktif dirancang dengan ukuran 1280 x 720 *pixel* dan akan dimasukkan dalam bentuk cd. Jenis file adalah *.exe* yang diperuntukan komputer dengan OS Windows.

Gambar III.1 ukuran multimedia interaktif.
Sumber : Dokumentasi pribadi.
(13 November 2014)



Gambar III.2 CD interaktif yang sudah ada.
Sumber : http://mediainternusa.com/wp-content/uploads/2012/10/promocopy.jpg.
(12 Oktober 2012)

III.3.2. Tata Letak (*Layout)*

Menurut http://moontoseven.wordpress.com *layout* adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik.Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen visual yaitu gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif sehingga memudahkan pembaca dalam menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap media *layout* yang disusun selalu mengacu pada prinsip komposisi. Ada dua acuan yang penulis gunakan dalam komposisi ini yaitu *balance* dan *focus*.

Keseimbangan atau *balance* merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur rupa (Adi Kusrianto, 2009:38). Berikut adalah tata letak dengan menggunakan prinsip *balance*:



Gambar III.3 Tata letak Prinsip Komposisi *Balance*.
Sumber : http://www.belajarpc.com/wp-content/uploads/2012/01/cd-kd0502-04.jpg
(27 Januari 2012)

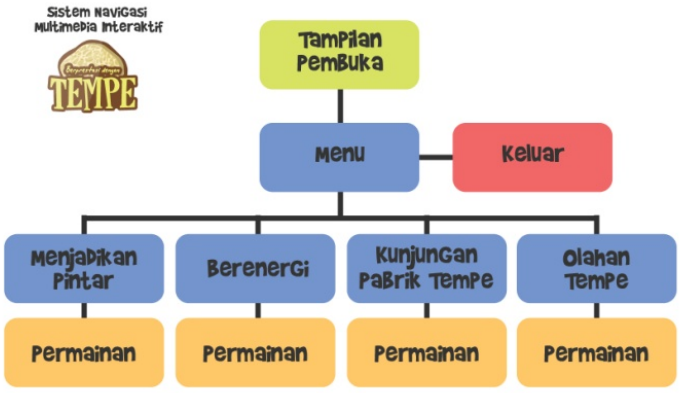
Focus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi perhatian utama (Adi Kusrianto, 2009:42). Berikut adalah tata letak dengan menggunakan prinsip komposisi *focus*:



Gambar III.4 Tata letak Prinsip Komposisi *Focus*.
Sumber : http://gedelumbung.com/wp-content/uploads/2011/01/media-interaktif-2.jpg.
(17 Januari 2011)

III.3.3. Sistem Navigasi

Navigasi adalah bagian yang berguna untuk memandu pengunjung menjelajahi isi situs dan menghantarkan pengunjung pada isi yang mereka cari (Pupung, 2004). Untuk memudahkan perancangan pada multimedia interaktif ini diperlukan sebuah sistem navigasi untuk menuntun audiens, berikut sistem navigasi pada multimedia interaktif ini:



Gambar III.5 Sistem navigasi.
Sumber : Dokumentasi pribadi.
(13 November 2014)

III.3.4. Tipografi

Tipografi Menurut Stanley Marrison “Tipografi dapat didefinisikan sebagai keterampilan mengatur bahan cetak secara baik dengan tujuan tertentu seperti mengatur tulisan, membagi-bagi ruang/spasi, dan menata/menjaga huruf untuk membantu secara maksimal agar pembaca memahami teks. Tipografi merupakan cara hemat untuk benar-benar membuat bermanfaat dan hanya secara kebetulan mencapai hasil estetis, oleh karena menikmati pola-pola, jarang sekali menjadi tujuan utama” (Zainal Hakim, 2012).

Perancangan multimedia interaktif ini akan menggunakan beberapa huruf atau *font*. Untuk logo, navigasi dan judul akan menggunakan Horseshoes, Brady Bunch, dan AlphaMack AOE seperti dibawah ini:

HORSESHOES
ACDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Brady Bunch
ACDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
aBCDefGhijklmnOPQrstuvwxyz
0123456789

AlphaMack AOE
ACDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Di gunakannya huruf ini karena jenis dan bentuk huruf nya yang terkesan bermain, santai tapi mempunyai kejelasan untuk dibaca.

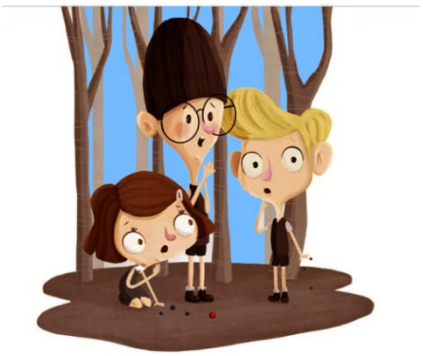
Bariol

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Bariol, huruf ini digunakan pada bagian tulisan penjelasan mengenai materi. Di gunakannya huruf ini karena jenis hurufnya yang mempunyai tingkat keterbacaan yang baik.

III.3.5. Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Adi Kusrianto, 2009:140). Ilustrasi yang digunakan pada perancangan media interaktif adalah ilustrasi gaya kartun seperti karakter ilustrasi di bawah ini,



Gambar III.6 Referensi visual karakter
Sumber: halaman profil instagram ninatuka
(14 November 2014)

Dipilihnya karakteristik penggambaran ilustrasi ini dikarenakan hasil data yang didapat melalui cara angket yang dilakukan sebagai berikut:



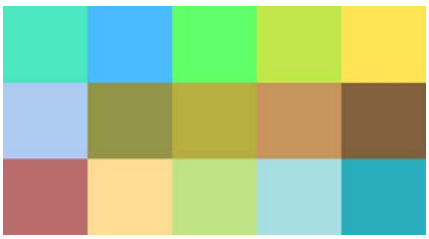
Tabel III.I. Hasil kuesioner.
Sumber : Dokumentasi pribadi.

(Oktober 2014)

Dapat dilihat dari tabel III.1 dari seratus anak yang menyukai dan tidak menyukai kartun, dari tiga gambar yang ditampilkan, 56 dari 100 anak menyukai gambar b.

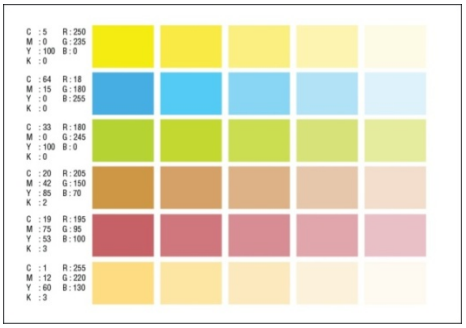
III.3.6. Warna

Warna merupakan unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya (Adi Kusrianto, 2009:31). Warna dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan tersendiri, maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan. Warna yang akan digunakan adalah warna-warna sejuk (*cool*).



Gambar III.7 Warna dingin.
Sumber : http://www.henningludvigsen.com/wp-content/uploads/2012/08/palette_spring.jpg.
(13 November 2014)

Maksud dari penggunaan warna sejuk ini adalah untuk mendapatkan efek psikiologis bagi target audiens yaitu merasa nyaman ketika berinteraksi dengan media ini. Format warna menggunakan format CMYK dan RGB, penggunaan format warna RGB karena media informasi ini yang disajikan dalam format *digital* dan penggunaan format CMYK agar kualitas cetak tidak berkurang sesuai dengan fungsinya. Berikut adalah warna-warna yang akan digunakan untuk media interaktif ini:



Gambar III.8 Warna-warna yang digunakan.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (15 November 2014).