BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dibuat dari hasil suatu gagasan yang diambil sesuai kebutuhan solusi yang mengacu pada aspek-aspek pendekatan studi terhadap *target audience* dan juga agar informasi atau pesan yang disampaikan dapat dimengerti. Informasi yang akan disampaikan meliputi, informasi metode MAQDIS, contoh potongan tanda-tanda panjang ayat Al-Qur'an, serta latihan mempraktekan membaca Al-Qur'an mengenai cara membaca tanda-tanda panjang (MAD) mulai dari 2 harokat, 4 harokat dan 6 harokat. Strategi perancangan media interaktif ini, bertujuan agar target dapat memahami dalam pembelajarannya, serta memudahkan pembelajar dalam mempraktekan cara membaca tanda-tanda panjang dalam membaca Al-Qur'an dengan Metode MAQDIS.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang dilakukan dalam Perancangan informasi belajar membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS, antara lain:

- Agar mengetahui cara pengucapan praktek Tajwid dalam membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS yang baik dan benar sehingga tidak akan merasa kesulitan dalam mempraktekannya.
- Agar dapat memperlancar bacaan ketika mempraktekannya.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam perancangan ini meliputi pendekatan verbal dan pendekatan non verbal (visual) yang disesuaikan dengan *target audience*. Pendekatan secara verbal adalah penggunaan bahasa yang digunakan oleh sebagian besar *target audience*, sedangkan pendekatan secara visual adalah penggunaan ilustrasi visual yang disesuaikan dengan *target audience*.

III.1.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan Visual yang akan ditampilkan melalui media interaktif ini adalah menggunakan gambar *flat design* dengan teknis vector. Dalam ciri khas *flat design* menghilangkan penggunaan bayangan, *bevel*, tekstur, dan ornamen-ornamen lain yang tidak diperlukan. Khusus pada *layout* berfokus pada tipografi, warna-warna cerah, dan ilustrasi dua dimensi yang *flat* juga. Dalam *flat design* menggunakan tipografi yang jelas, menggunakan jenis huruf Sans-serif yang tanpa kait dan memiliki ketebalan huruf yang sama sehingga mudah terlihat dan mudah terbaca. Warna yang digunakan dalam satu desain, menggunakan warna-warna terang, cerah, dan kombinasi warna komplementer. *flat design* dianggap memberikan kesan yang lebih modern, *simple*, dan *playfull* karena menggunakan warna-warna yang cerah. Sehingga dengan menggunakan *flat design* informasi yang disampaikan akan terlihat lebih menarik, lebih sederhana dan lebih mudah dimengerti.

III.1.2.2 Pendekatan Verbal

Di dalam pendekatan *verbal*, bahasa yang akan digunakan untuk media pembelajaran tersebut akan menggunakan bahasa Indonesia, sebagai bahasa resmi dan digunakan oleh mayoritas masyarakat. Materi disampaikan dengan memanfaatkan interaksi dalam media, dan komunikasi akan dilakukan dengan memggunakan audio berupa suara orang mengaji agar hal ini dapat memudahkan pemahaman dalam pembelajaran tersebut.

III.1.2.3 Pendekatan Audio

Penggunaan audio ini bertujuan untuk memperjelas lafal bacaan dan harakatnya. Selain itu dibantu dengan latihan membaca, berupa bacaan beberapa ayat dan surat dalam CD interaktif ini.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan dalam perancangan media pembelajaran ini mengenai belajar membaca Al-Qur’an dengan metode MAQDIS. Mulai dari contoh cara membaca tanda-tanda panjang (MAD) dengan latihan

mempraktekannya melalui metode MAQDIS. Pada awalnya akan diberikan contoh potongan ayat Al-Qur'an mengenai tanda-tanda bacaan panjang dari mulai 2 harokat, 4 harokat dan 6 harokat. Setelah itu diberikan latihan cara membacanya melalui audio kepada target.

III.1.4 Gaya Bahasa

Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa Indonesia. agar hal ini dapat memudahkan pemahaman dalam pembelajaran tersebut dan pesan yang ingin disampaikan tidak sulit dipahami oleh target.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran pada perancangan ini menggunakan beberapa cara yang digunakan, yaitu dengan cara melihat *target audience*, *consumer insight* dan *consumer journey* agar memberikan gambaran untuk perancangan media yang akan dibuat.

III.1.5.1 Target Audience

A. Demografis

- Sasaran : Remaja dan Dewasa awal
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 17-23 Tahun
- Pendidikan : Mahasiswa
- Agama : Islam
- Kelas Sosial : Menengah
- Target Primer : Pembelajar MAQDIS yang dianggap merasa kesulitan dalam mempraktekan Tajwid bacaan Al-Qur'an dengan metode MAQDIS.
- Target Sekunder : masyarakat umun yang berada di Kota Bandung, umumnya diseluruh Indonesia.

B. Psikografis

Secara psikografis siswa SMA dan Perguruan Tinggi, atau rentang usia 17 tahun sampai 23 tahun. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004, 53), ”Masa remaja adalah peralihan dari masa anak anak menjadi masa dewasa dimana masa ini mengalamin perkembangan dalam semua aspek untuk masuk ke masa dewasa”. Menurut Kartono (1990) Remaja dikategorikan menajadi 3 kelompok, yaitu:

- Remaja Awal. Remaja awal adalah remaja berumur sekitar 12-15 tahun. Pada masa ini remaja mengalami perubahan pada fisik dan perkembangan daya intelektual sehingga berdampak pada rasa ingin tahuan yang besar pada dunia luar. Pada masa ini remaja cenderung tidak lagi menganggap dirinya kanak-kanak namun masih memiliki kebiasaan pada masa kanak-kanak. Selain itu pada masa ini remaja sering merasa sunyi, ragu-ragu, tidak stabil, tidak puas dan merasa kecewa.
- Remaja Pertengahan. Pada masa petengahan ini remaja berusia sekitar 15-18 tahun. Pada masa ini remaja masih memiliki sifat kanak-kanak akan tetapi ada hal baru yang muncul pada remaja di usia ini, yaitu kesadaran akan kepribadian. Maka perasaan ragu-ragu yang ada pada masa remaja awal mulai hilang dan timbul rasa percaya diri pada diri sendiri. Rasa percaya diri ini menimbulkan penilaian kepada prilaku yang dilakukannya, selain itu remaja pada masa ini mulai mencari dan menemukan jati dirinya.
- Remaja Akhir. Remaja akhir adalah fase remaja yang terakhir dimana ramaja ini berusia sekitar 18-21 tahun. Pada masa ini remaja sudah bisa berfikir secara benar dan mengenali dirinya, pada fase ini remaja sudah mulai menggariskan bagaimana pola hidup dan tujuan yang akan dijalankannya. Pada fase ini remaja sudah mencapai titik kedewasaan dimana sudah mengambil keputusan untuk bagaimana membawa dirinya mencapai tujuannya.
- Dewasa awal adalah masa peralihan dari masa remaja. Erickson (dalam Monks, Knoers & Haditono, 2001) mengatakan bahwa seseorang yang digolongkan dalam usia dewasa awal berada dalam tahap hubungan hangat, dekat dan komunikatif dengan atau tidak melibatkan kontak seksual. Bila gagal dalam bentuk keintiman maka ia akan mengalami apa yang disebut

isolasi (merasa tersisihkan dari orang lain, kesepian, menyalahkan diri karena berbeda dengan orang lain). Selain itu Hurlock (1993) dalam hal ini telah mengemukakan beberapa karakteristik dewasa awal dan pada salah satu intinya dikatakan bahwa dewasa awal merupakan suatu masa penyesuaian diri dengan cara hidup baru dan memanfaatkan kebebasan yang diperolehnya.

C. Geografis

Dari segi geografis khalayak sasaran meliputi daerah perkotaan khususnya di Wilayah Kota Bandung umumnya diseluruh Indonesia.

III.1.5.2 *Consumer Insight*

Sebuah keinginan dari benak seorang remaja dan orang dewasa yang ingin belajar kembali membaca Al-Qur'an dengan metode baru yang mudah dipelajari dan dipahami dengan cara yang berbeda yaitu menggunakan visual dan audio serta tidak membosankan. Selain melihat dan membaca, namun juga bisa mendengarkan.

III.1.5.3 *Consumer Journey*

Target audiens dari perancangan ini adalah mahasiswa, untuk menentukan media yang akan digunakan dapat dilihat dari aktifitas dari target audiens dengan *point of contact* sebagai berikut :

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumen pribadi (2016)

Waktu	Aktivitas	Tempat	*Point Of Contact*
04:30	Bangun tidur, wudhu, shalat	Kamar tidur	*Smartphone*, internet, poster, Kasur, jam weker, handuk, Sajadah.
05:00	Beres-beres kamar , mandi.	Kamar tidur, kamar mandi	kaos, tas, buku, sepatu, handuk.
06:00	Sarapan dan siap –	Meja makan,	Piring, sendok, garfu, mug,

	siap		televisi, tas, buku, kalender, jam dinding, cangkir.
06:45	Sekolah dan pergi kuliah	Jalan raya	Spanduk, gantungan kunci, stiker, poster, *billboard*, pin, neon box.
07:30-15:00	Sekolah , kuliah, shalat, istirahat, pulang sekolah dan kuliah	Sekolah, kampus, mushola, tempat makan, jalan raya.	Meja, kursi, alat tulis, buku, jam dinding, pin, kalender, buku catatan, *smartphone*, Komputer, laptop, tablet piring, gelas, alat shalat, Spanduk, gantungan kunci, stiker, poster, *billboard*.
15:00:18:00	Shalat, nongkrong	Mushola, Jalan, kafe.	Peralatan shalat, jam dinding, kalender, *smartphone*, stiker, poster, pin, laptop.
18:00	Pulang ke rumah, Mandi, shalat	Jalan raya, Kamar mandi, kamar tidur	Spanduk, gantungan kunci, stiker, poster, *billboard*, pin, kaos, handuk, gayung, alat shalat, *smartphone*.
19:00	Makan, nonton tv, main laptop/komputer, searching, shalat	Ruang makan, ruang tengah, kamar tidur,	Piring, sendok, kursi, sofa, *smartphone* (sosial media, browsing), mug.
20:00	Belajar	Kamar	Buku, jam dinding, meja belajar, kalender, tas. laptop, komputer.
22:00	Main *smartphone*, tidur.	Kamar tidur	*Smartphone* (sosial media, browsing), kasur, jam weker.

Dari perjalanan di atas diperoleh informasi tempat dan benda yang sering dijumpai oleh pelajar dan mahasiswa. Tempat dan benda tersebut adalah tempat tinggal, ruang belajar, kampus, laptop, *smartphone*, komputer, internet, media

sosial, poster, stiker, dan lain-lain. Benda dan tempat tersebut memungkinkan untuk dijadikan sebagai media promosi.

III.1.6 Pemberi Mandat

Perancangan informasi belajar membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS bekerja sama dengan beberapa pihak. Pihak-pihak tersebut mendukung perancangan ini. Pihak yang berwenang dalam perancangan informasi ini adalah Kementrian Agama Kota Bandung.



Gambar III.1 Logo Pemerintah Jawa Barat
Sumber: http://www.kemenagkotabandung.com/img/kontenmenu/logo-kemenag-2013.png
(diakses pada 12/05/2016)

III.1.7 Strategi Kreatif

Strategi kreatif untuk membantu dalam menyampaikan informasi kepada *target audience*, agar mampu tersampaikan dengan baik. Dalam perancangan informasi ini adalah untuk menarik minat remaja dalam membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS agar pembelajar lancar dalam praktek Tajwid membaca Al-Qur'an yang baik dan benar, serta dapat meningkatkan kemampuan dalam mempraktekan tajwidnya. Adapun strategi kreatif yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- *Copywriting*

Copywriting akan digunakan untuk menentukan nama media Interaktif, *headline* dan *body text*. *Copywriting* akan digunakan pada media CD Interaktif belajar membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS.

- Headline

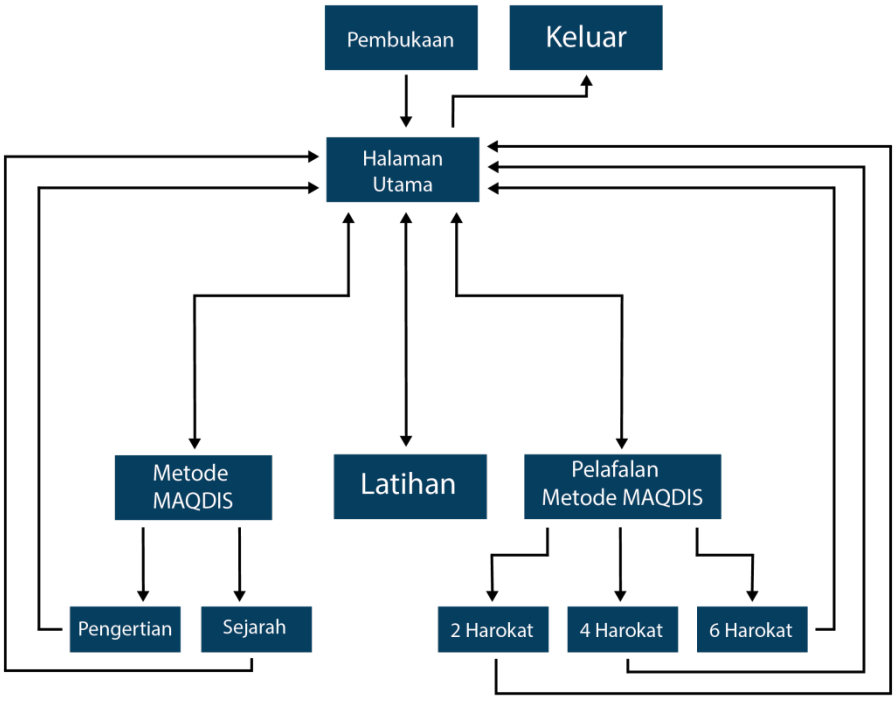
Headline yang digunakan pada CD Interaktif ini “Membaca unik Al-Qur’an metode MAQDIS”

- *Body Copy*

Body Copy merupakan isi konten dari CD Interaktif, diantaranya sekilas mengenai informasi metode MAQDIS. *Body copy* ini berupa visual dan text yang mendukung agar target mudah memahaminya.

- Sistem Navigasi

Sistem navigasi berguna untuk memandu pengguna dan mengantarkan pengguna pada isi yang diinginkan seperti membuka konten yang ada pada media interaktif tersebut dari awal masuk hingga keluar. Sistem ini akan mempermudah akses pengguna disetiap halaman yang terdapat dalam CD Interaktif belajar membaca dengan metode MAQDIS. Dalam CD Interktif ini, terdapat 4 menu yaitu halaman utama, pengertian metode MAQDIS, contoh pengucapan dalam potongan Al-Qur’an, dan latihan.



Gambar III.1 Sistem Navigasi
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.1.8 Strategi Media

Strategi media pada perancangan Multimedia interaktif ini berupa media yang dalam pemilihannya disesuaikan dengan kebutuhan solusi dengan mengacu kepada *target audience*. Media tersebut terbagi dalam media utama dan media pendukung. Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2006, 119), Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

Dalam Perancangan Multimedia Interaktif ini, dibutuhkan strategi media yang dapat memudahkan pembuatan media yang akan diproduksi sehingga media pembelajaran yang akat dibuat dapat mencapai tujuan lebih detail dan lebih fokus lagi. Strategi media dibagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung.

1. Media Utama CD Interaktif

   Media utama yang akan dirancang adalah Multimedia Interaktif sebagai media pembelajaran utama yang dikhususkan untuk pembelajar bacaan Al-Qur'an dengan metode MAQDIS. Pemilihan media CD Interaktif untuk pembelajar ini, bertujuan agar pembelajar mendapatkan kelancaran dalam praktek membaca Al-Qur'an serta dapat meningkatkan kemampuan dalam mempraktekan tajwidnya. Media pembelajaran ini akan dibuat dan dimasukan kedalam sebuah CD yang dapat di proses melalui laptop maupun komputer, karena tujuan ini untuk memudahkan proses pembelajaran yang dapat dilakukan dirumah. Selain dirumah media pembelajaran ini dapat digunakan dilingkungan MAQDIS dengan dukungan alat seperti proyektor dalam pembelajarannya. Materi pelajaran yang akan dimasukkan dalam Multimedia Interaktif ini berhubungan dengan materi pelajaran di MAQDIS yang akan dibuat berbeda melalui media visual atau CD Interaktif.

2. Media Pendukung

   Media pendukung merupakan media yang bertujuan untuk melengkapi media utama, agar media tersebut dapat berjalan dengan maksimal. Media pendukung yang akan digunakan adalah:

- Poster

Poster merupakan sebuah sarana penyampaian informasi yang sudah lama dipergunakan karena sifatnya jelas dan menarik perhatian. CD Interaktif tentunya harus dipromosikan kepada masyarakat luas dengan tujuan agar *target audience* mengentahui keberadaan CD Interaktif ini. Poster ini akan disebarkan di tempat-tempat yang strategis.

- *X-Banner*

X-Banner merupakan alat media pendukung, yang digunakan sebagai alat penyampaian informasi maupun promosi media kepada para konsumen. Pemilihan *X-Banner* sebagai alat pendukung bertujuan agar *target audience* dapat tertarik pada media yang di promosikan melalui media ini.

- *Flyer*

Flyer merupakan media cetak yang menjelaskan informasi tentang CD Interaktif metode MAQDIS secara singkat namun jelas, biasanya diberikan langsung kepada masyarakat target audiens.

- Stiker

Stiker merupakan sebuah media yang bersifat fleksibel dan dapat di tempel dimana saja.

- *Cover* dan *Label CD*

Cover dan *Label CD* merupakan sebuah media untuk kemasan CD Interaktif yang akan dimanfaatkan sebagai media pendukung.

- *Totebag*

Totebag merupakan tas jingjing yang banyak digunakan oleh remaja, untuk menyimpan barang, karena dapat membawa apa saja yang ringan-ringan. *Totebag* ini dijadikan sebagai *merchandise* agar dapat mengingat CD Interkatif ini.

III.1.9 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan penyampaian pesan kepada khalyak sasaran yang dilakukan di tempat-tempat strategis, Maka strategi distribusi media yang digunakan sebagai saluran penyebaran media adalah sebagai berikut:

Tabel III.2 Jadwal Distribusi Media
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

No.	Media	Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	CD Interaktif												
2.	Poster												
3.	*X-Banner*												
4.	*Flyer*												
5.	Stiker												
6.	*Cover* dan *Label CD*												
7.	*Totebag*												

Tabel III.3 Distribusi Media dan Lokasi Penyebaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

No.	Media	Lokasi penyebaran
1	CD Interaktif	Tempat pembelajaran MAQDIS.
2	Poster	Sekolah, Kampus, *café*, tembok jalan, tempat umum, taman rekreasi, toko buku.
3	*X-banner*	Tempat pembelajaran MAQDIS.
4	*Flyer*	Diberikan di sekolah, kampus, tempat umum, taman, *car free day*.
5	Stiker	Diberikan di sekolah, kampus, tempat umum, taman, *car free day*.
6	*Cover* dan *Label CD*	Tempat pembelajaran MAQDIS.
7	*Totebag*	Tempat pembelajaran MAQDIS.

III.2 Konsep Visual

Dalam konsep perancangan Multimedia Interaktif ini, akan ditampilan melalui media *audio visual* yang meliputi beberapa konsep diantaranya:

Konsep visual perancangan ini menggunakan ilustrasi kartun dengan gaya *flat design* dan menggunakan teknis vektor. Dengan tujuan agar pengguna CD

Interaktif merasakan kenyamanan dalam menggunakan dan penyampaian materi menjadi lebih menarik dan efektif.

Dewasa ini perkembangan teknologi begitu pesat, sehingga memungkinkan sebuah pembelajaran dapat terbantu agar mudah disampaikan dan mudah dipahami. CD interaktif adalah salah satunya, karena dapat menggabungkan dan menggerakan beberapa elemen visual seperti teks, gambar, ilustrasi, dan suara dengan teknik animasi 2D. Dalam aplikasinya menggunakan CD, kemudian dimasukan dalam sistem kerja komputer dengan menggunakan komputer PC atau laptop sebagai media pendukungnya.

III.2.1 Format Desain

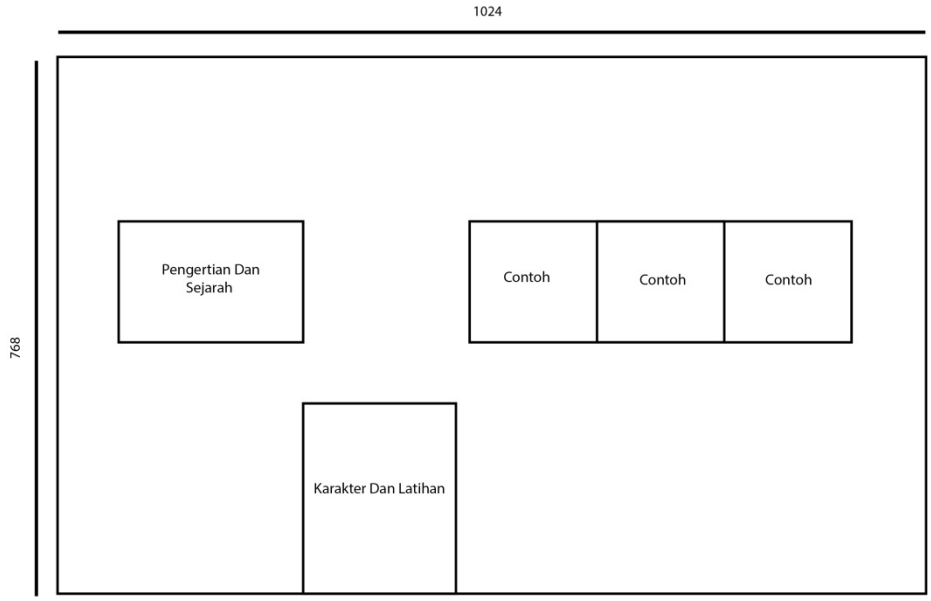
Format desain perancangan media pembelajaran membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS menggunakan Multimedia Interaktif yaitu dengan teknik ilustrasi dan ukurannya 1024 x 768 *pixel* yang merupakan ukuran umum sebuah LCD. Serta agar dapat mengenyesuaikan dengan ukuran-ukuran LCD yang ada. Jenis *file* yang diberikan dalam CD interaktif ini yaitu format *.exe* dan format *.swf* yang di *burning* atau di *backup* kedalam CD.

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan me-*layout* itu sama dengan mendesain (Surianto Rustan, 2008). Dalam perancangan media pembelajaran ini, tata letak *(layout)* menjadi salah satu unsur yang penting agar tampilan nyaman saat dilihat. Adapun elemen-elemen visual yang digunakan seperti teks, tipografi, gambar dan ilustrasi harus terlihat nyaman saat dilihat. Dengan menggunakan *grid system* dan pola baca sehingga menimbulkan komposisi yang baik. Hal ini dilakukan dengan cara sistematis agar, kualitas tampilan, tata letak dan *layout* nyaman dan enak dipandang saat digunakan.



Gambar III.2 Tampilan *Layout*
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)



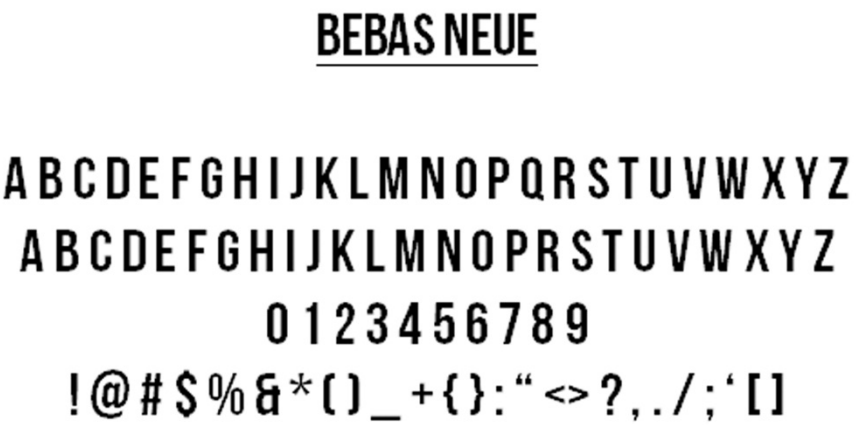
Gambar III.4 Format *Layout*
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.2.3 *Typografi*

Huruf merupakan unsur yang mempunyai peranan penting dalam penyampaian pesan, pemilihan jenis huruf yang digunakan untuk membantu memberikan kesan pada komunikasi pesan yang ingin disampaikan. Huruf yang baik adalah huruf yang mudah dibaca dan nyaman baik dari segi proporsi, spasi, ukuran maupun penempatannya. Menurut Rustan (2011, 80) pada umumnya kategori serif dan sans serif paling baik untuk *text type* karena ditujukan untuk itu, sedangkan dekoratif dan *script* untuk display. Pada perancangan Multimedia Interaktif ini menggunakan huruf Sanserif untuk display yaitu huruf "Bebasneue", yang digunakan pada judul CD Interaktif ini. Sedangkan huruf sanserif yang digunakan yaitu huruf "Calibri" untuk *body text.*

- **Bebas Neue**

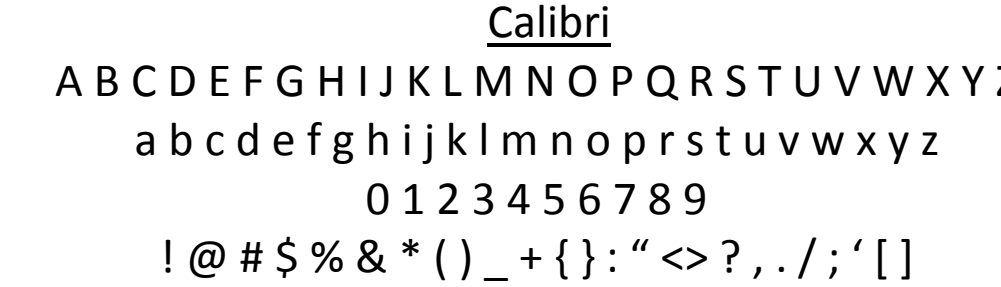
Jenis huruf ini digunakan untuk *headline* pada perancangan media belajar Al-Qur'an dengan metode MAQDIS. Karena huruf ini adalah jenis huruf yang digunakan pada *logotype* metode MAQDIS.



Gambar III.5 *Typografi*
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

- **Calibri**

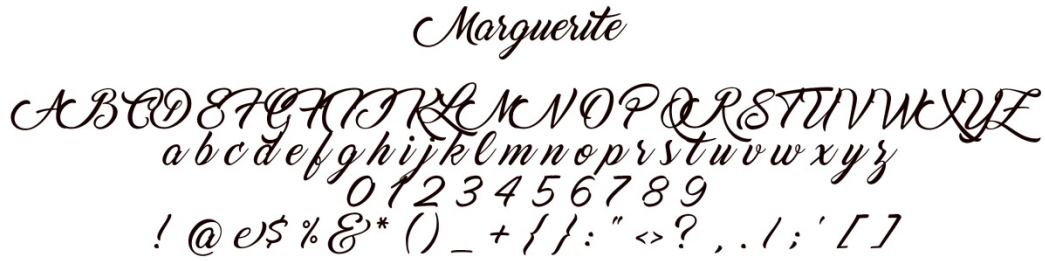
Jenis huruf ini digunakan untuk teks pada setiap materi yang di sampaikan dalam perancangan media belajar membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS.



Gambar III.6 *Typografi*
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

- **Marguerite**

Jenis huruf ini digunakan untuk teks pada tampilan halaman utama dalam perancangan media belajar membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS.



Gambar III.7 *Typografi*
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.2.4 Gaya Visual (Ilustrasi)

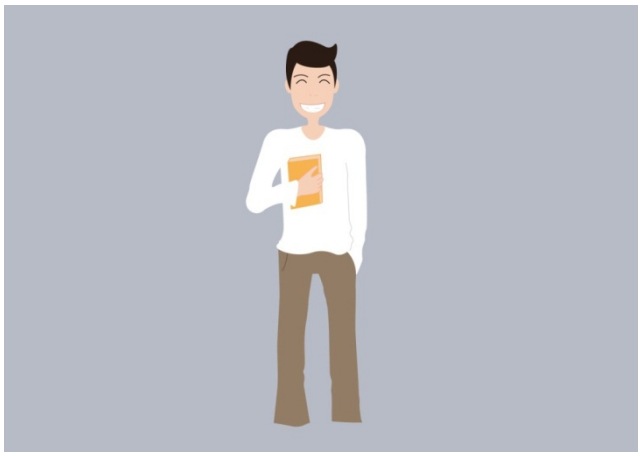
Ilustrasi yang akan dipakai dalam Multimedia Interaktif ini lebih kepada *Flat Design* yang bertujuan agar pembelajaran ini dapat menarik dan mudah dimengerti oleh pembelajar, karena media interaktif ini lebih menekankan pada konten, sehingga dapat membantu dalam memahami pembelajaran tersebut. Pemilihan karakter dalam multimedia ini akan menggunakan karakter laki- laki dengan pakaian yang sesuai dengan tema pembelajaran membaca Al-Qur'an dengan metode MAQDIS didalamnya yang dapat membuat pembelajaran didalam CD Interaktif ini menyenangkan.



Gambar III.8 Referensi
Sumber: https://www.behance.net/gallery/24552369/Illustrations-Series-of-avatars-for-gyPost-webmail.jpg
(di akses pada 14/05/2016

- Studi Karakter

  Karakter dalam multimedia interaktif ini adalah remaja berusia antara 19 tahun. Pemilihan karakter laki-laki ini karena kaum laki-laki itu adalah pemimpin, Dan untuk bentuk garis mengambil garis lengkungan dari Ornamen *Lunglungan*.



Gambar III.9 Tokoh Karakter
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

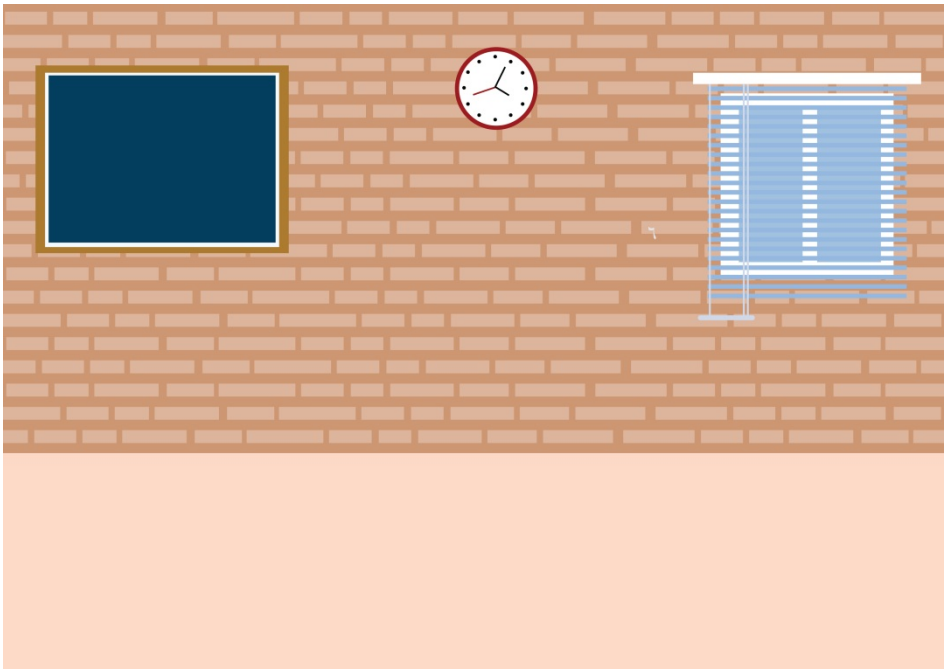


Gambar III.10 Studi Karakter
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

- Studi Latar
  Lokasi yang akan muncul dalam CD interaktif ini adalah salah satu tempat pembelajaran yang ada diruang pembelajaran Al- Qur'an di MAQDIS.



Gambar III.11 Studi Latar
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)



Gambar III.12 Studi Latar
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

- Studi Ornamen

Ornamen yang digunakan pada CD Interaktif ini yaitu ornamen *Lunglungan* yang terdapat pada mesjid *Gedhe* Keraton Yogyakarta. Menurut Jeksi Darmo (2014) menjelaskan "kata *lunglungan* berasal dari kata *lung* dan *ulung-ulung.* Kata *lung* yang berarti batang tumbuhan melata yang masih muda yang berbentuk melengkung, bagiannya terdiri dari bentuk tangkai, daun, bunga, dan buah yang dilukiskan secara *distilisasi*" (h.72). Ornamen *Lunglungan* biasanya memberikan kesan keindahan. Ornamen ini digunakan sebagai bingkai atas agar lebih terasa agama Islamnya.



Gambar III.13 Studi Ornamen
Sumber: Dikutip dalam skripsi Jeksi darmo (2014) Gambar Ulang *Lunglungan,* Ismunandar (1993, 16)
(dilihat pada 2/08/2016)

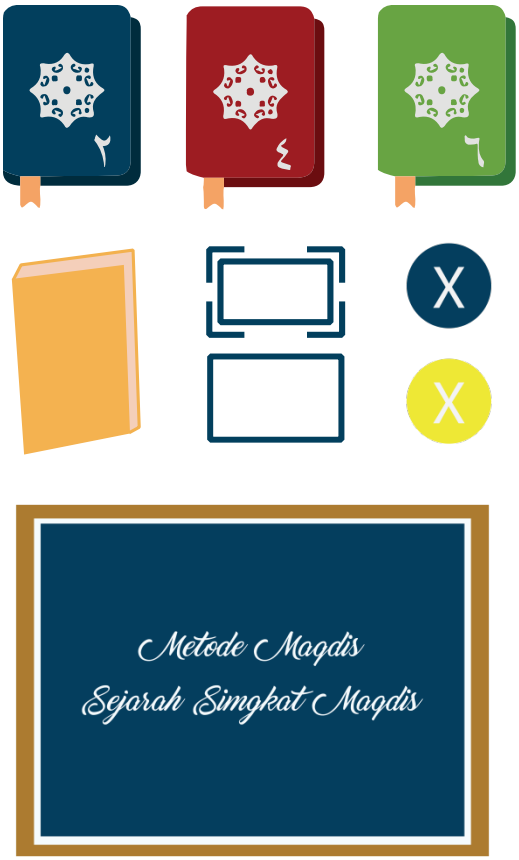


Gambar III.14 Studi Ornamen
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.2.5 *User Interface*

Ada beberapa macam tampilan tata muka atau *Interface dan Button* pada CD Interaktif ini. Beberapa tampilan tata muka dan *button*, diantaranya sebagai berikut:

- *Button* Al-Qur'an berwarna Biru digunakan untuk contoh pengucapan 2 harokat.
- *Button* Al-Qur'an berwarna Merah digunakan untuk contoh pengucapan 4 harokat.
- *Button* Al-Qur'an berwarna Hijau digunakan untuk contoh pengucapan 6 harokat.
- *Button* Buku berwarna Oren digunakan untuk latihan pengucapan 2, 4 dan 6 Harokat.
- *Button* untuk *Full screen* dan *Fit screen.*
- *Button* untuk keluar.
- *Button* papan belajar digunakan untuk pengertian tentang metode MAQDIS dan Sejarah singkat MAQDIS.



Gambar III.15 Tampilan *Button*
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)



Gambar III.16 Tampilan *User Interface*
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

III.2.6 Warna

Warna yang akan dipakai untuk perancangan CD Interaktif ini adalah warna dengan mode RGB, karena hasil dari perancangan CD ini ditampilkan pada media interaktif, warna yang dipakai antara lain adalah warna-warna:



Gambar III.17 Kode Warna
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

Menurut Surianto Rustan (2009), beberapa kesan yang ditimbulkan oleh warna-warna diatas adalah sebagai berikut:

- **Biru** **:** Damai, kesatuan, tenang, harmoni, sejuk, teknologi, keagamaan, bumi.
- **Merah** **:** Suci, tulus, energy, kuat, gairah, gembira, panas.
- **Hijau** **:** Masa muda, islam, alam, dingin, keseimbangan, tenang, harmoni, stabil, kreatif.
- **Kuning** **:** Gembira, bahagia, sinar matahari, harapan, persahabatan.
- **Coklat** **:** Tenang, alam, makhluk hidup, stabil, tanah.
- **Oren** **:** Kebahagian, energi, keseimbangan, panas, kesenangan.
- **Hitam** **:** Baru, modern, misteri, elegan, serius, kesatuan.
- **Putih** **:** Suci, netral, masa muda, damai, simpel, kehidupan.

III.2.6 Audio

Suara yang akan menyebutkan Praktek Tajwid membaca Al-Qur’an dengan metode MAQDIS.