BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Agar informasi dapat sampai kepada target *audience*, maka diperlukan media informasi yang mudah di akses dimanapun dan kapanpun oleh target *audience* yaitu para pelajar SMK dan mahasiswa di wilayah kota Cimahi.

Pada saat ini ketergantungan pelajar dengan informasi dunia maya sangatlah tinggi, maka strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu dengan memberikan informasi melalui internet yang dapat mempermudah para pelajar untuk mendapatkan informasi dari perancangan ini yaitu informasi mengenai komunitas animasi yang berada di kota Cimahi yang berupa *website.*

III.1.1 Pengertian Website

Website atau situs *web* adalah sebuah halaman berisikan suatu informasi tertentu yang dapat diakses oleh orang-orang melalui jaringan internet. Situs *web* dapat diakses dari seluruh pelosok dunia dan dapat diakses oleh siapapun selama terkoneksi dengan internet. *Website* dapat berisikan berbagai macam informasi dalam bentuk teks, data, gambar, animasi, suara, dan video.

Pada umumnya, halaman situs web berupa dokumen yang ditulis dengan format HTML *(Hyper Text Markup Language*) dan dapat diakses melalui HTTP *(Hyper Text Transfer Protocol*). HTTP adalah protokol pengirim informasi dari server sebuah website yang akan ditampilkan kepada *end user* melalui *web browser*.

Alamat sebuah *website* dapat menggunakan sebuah *domain* atau *subdomain.* Situs *web* harus ditempatkan pada sebuah hosting yang tergabung ke dalam WWW *(World Wide Web*) agar dapat diakses oleh orang-orang.

(Michael Putra, 2016 / http://sayanda.com)

III.1.2 Jenis-Jenis *Website*

1. *Website* Statis

   Website statis atau *website* tetap memiliki makna bahwa situs web ini memiliki halaman yang tidak berubah alias tetap. Situs web statis tidak akan mengalami perubahan, dan halaman yang ditampilkan selalu sama. Jika ingin melakukan perubahaan pada situs web, maka harus dilakukan perubahan dan modifikasi pada struktur kode secara keseluruhan yang dituliskan secara manual.

2. *Website* Dinamis

   Website dinamis sangat populer dan sering digunakan saat ini. *Website* ini dirancang untuk mendapatkan *update* secara berkala.

   Situs *web* dinamis memiliki fitur *backend* yang memiliki fungsi untuk mengupdate konten pada situs web tersebut tanpa melakukan perubahan pada struktur kode situs *web.* Website dinamis pada umumnya memiliki berbagai fitur seperti update artikel, polling, registrasi member, dan sebagainya.

   Contoh dari website dinamis adalah situs-situs portal berita.

3. Website Interaktif

   Website interaktif adalah jenis *website* yang tengah naik daun. Situs web interaktif memiliki berbagai keunggulan seperti kemudahan dalam berinteraksi dengan lawan bicara di internet dan topik artikel yang dapat dipilih sesuai keinginan. Contoh dari *website* interaktif adalah forum dan blog.

   Pada *website* interaktif, pengunjung dapat melakukan tukar pikiran, debat, berbalas komentar dan lain sebagainya. Biasanya situs web interaktif dilengkapi dengan moderator atau admin yang akan mengawasi setiap pembicaraan di situs web agar tidak melenceng dari topik.

   (Michael Putra, 2016 / http://sayanda.com)

III.1.3 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah salah satu aktor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak.

Khalayak sasaran dari perancangan media informasi ini yaitu sebagai berikut :

III.1.3.1 Segmentasi

Khalayak sasaran yang dituju yakni para pelajar SMK dan Mahasiswa yang ditentukan berdasarkan segmentasi berikut :

a. Demografis

Secara demografis sasaran ditargetkan kepada para pelajar yang berusia 16-23 Tahun, Jenis kelamin laki-laki dan wanita. Dimana pada usia tersebut seseorang mempunyai keinginan untuk menambah wawasan, dan rasa ingin tahu yang cukup tinggi.

b. Psikografis

Secara psikografis sasaran ditargetkan kepada para pelajar yang mempunyai minat terhadap desain, menggambar, dan animasi, ataupun yang ingin belajar dan ingin lebih tahu tentang ilmu seni dan desain, dan juga bagi orang-orang yang mempunyai kreatifitas di bidang seni ataupun desain, termasuk animasi.

c. Geografis

Secara geografis sasaran ditargetkan kepada para pelajar yang tinggal di kota Cimahi, Bandung dan sekitarnya. Khususnya pelajar yang berasal dari kota Cimahi.

III.1.3.2 *Consumer Insight*

Pada *consumer insight* para target *audience* cenderung tidak ingin memikirkan hal yang terlalu ribet ataupun sulit seperti halnya memikirkan dan mengerjakan hal

yang menguras otak atau tenaga, dan para target *audience* menginginkan hal-hal yang menarik dan menyenangkan yang bisa membuat mereka betah disuatu tempat.

III.1.3.3 *Consumer Journey*

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

Waktu	Aktivitas Konsumen	Tempat
Pagi 04.00 – 06.00 WIB 06.00 – 11.30 WIB	Pagi Bangun pagi, Sholat subuh, mandi, sarapan, nonton tv. Berangkat sekolah menggunakan kendaraan pribadi, belajar.	 Kamar tidur, mushola, kamar mandi, ruang keluarga. Sekolah, jln protokol, tempat parkir, kelas
Siang 11.30 – 13.00 WIB 13.00 – 14.30 WIB	Siang Istirahat, jajan, waktu santai, sholat dzuhur, Searching. Belajar, pulang ke rumah, terkadang main bersama teman.	 Kantin, masjid, kelas Kelas, jalan protokol, macet, Banyak debu
Sore 14.30 – 18.00 WIB	Sore Sampe rumah, ke toilet, cuci muka, ganti baju, sholat ashar, mandi, makan, masuk kamar, searching dan baca baca berita.	 Rumah, kamar mandi, kamar tidur, mushola, smartphone, buku, majalah
Malam 18.00 – 20.00 WIB 20.00 – 22.00 WIB	MalamSholat maghrib, keluar kamar, nonton tv, main hp, searching, ngemil.	Mushola, ruang keluarga, smartphone,

22.00 – 24.00 WIB	Sholat isya, Masuk kamar, chatting, searching, browsing. Tidur	buku, majalah, kamar tidur.

Menurut *consumer journey* di atas target *audience* lebih banyak mencari berita atau informasi di internet.

III.1.4 Strategi Komunikasi

Secara umum komunikasi berarti proses penyampaian pesan atau informasi pernyataan-pernyataan yang dilakukan oleh seorang (komunikator) kepada orang lain dalam hubungan sosial. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya di kota Cimahi terdapat sebuah komunitas yang bergerak dibidang animasi yaitu komunitas animasi *Cimahi Creative Association* (CCA), akan tetapi masih belum dikenalnya komunitas animasi tersebut secara luas, bahkan pelajar yang berasal dari kota Cimahi pun banyak yang belum mengetahui komunitas animasi CCA tersebut.

Maka strategi komunikasi yang dilakukan yaitu dengan memberikan informasi kepada target *audience* tentang komunitas animasi CCA dengan kompleks yang diharapkan agar target *audience* mengetahui lokasi tempat berkumpulnya dan kegiatan tentang komunitas animasi di Cimahi. Sehingga animasi di kota Cimahi bisa lebih dikenal oleh masyarakat, khususnya pelajar.

III.1.4.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi *website* komunitas animasi CCA adalah membangun kesadaran dalam memberikan informasi tentang komunitas animasi CCA kepada para pelajar khusunya yang berada di kota Cimahi, dan diharapkan bisa menginformasikan kepada para pelajar di kota Cimahi untuk ikut serta dalam mengembangkan animasi di kota Cimahi.

III.1.4.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. (Shannon & Weaver, 1949)

Pendekatan komunikasi dari perancangan media informasi *website* komunitas animasi CCA dengan melalui gaya hidup khalayak sasaran, Karena pada saat ini para pelajar lebih senang menghabiskan waktunya untuk bermain *gadget*, nongkrong diluar, main bersama teman teman ataupun bersantai di rumah dibanding ikut ekstrakulikuler di sekolah ataupun bergabung dengan komunitas yang memberikan dampak positif bagi kehidupan dirinya sendiri.

III.1.4.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam perancangan ini dengan menggunakan *website* yang *minimalist* . Oleh karena itu *website* yang akan dibangun tidak menampilkan banyak efek, sehingga *website* tersebut akan lebih mudah, ringan dan lebih cepat untuk diakses.

Adapun dari tatanan seperti warna akan menggunakan warna yang modern yang disaat ini menjadi tren di berbagai media informasi, dan *interface website* yang dibuat semenarik mungkin. Dan maskot Chima sebagai ikon kota Cimahi yang sudah di desain ulang yang diharapkan bisa menarik perhatian target audience terhadap komunitas animasi CCA.

III.1.4.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan komunikasi verbal dalam konsep perancangan media informasi *website* animasi CCA ini dengan menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dipahami dengan bahasa sehari-hari tanpa menimbulkan kesan kaku, agar *audience* lebih flexibel dalam menerima informasi. Dan pada pendekatan verbal ini dimasukannya kalimat-kalimat mengingatkan sekaligus mengajak para target *audience* untuk menggali lebih jauh informasi tentang komunitas animasi CCA ini.

III.1.4.3 Sifat Pesan

Sifat pesan yang digunakan yaitu sifat pesan dengan gaya santai, gaya santai tersebut dimaksudkan sifat pesan personifikasi, dengan memberikan sifat-sifat manusia terhadap benda mati. Sifat pesan tersebut dimaksudkan agar pesan yang disampaikan bisa lebih mudah tercerna oleh para target *audience*, dan disesuaikan dengan karakteristik para pelajar yang lebih senang diperlakukan santai dibanding serius.

III.1.4.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa persuasi dan mengingatkan sekaligus mengajak. Dengan gaya bahasa tersebut dimaksudkan agar para target audience terketuk untuk mencari informasi tentang animasi di kota Cimahi, dan dengan kata-kata yang mengingatkan akan membuat target *audience* sadar akan asiknya bila ikut serta membantu mengembangkan animasi di kota Cimahi.

III. 1.4.5 Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan infromasi kepada *audience*. Adapun materi pesan yang akan disampaikan adalah :

1. Informasi tentang animasi CCA.
2. Informasi tentang *event* yang dilaksanakan oleh komunitas animasi CCA.
3. Galeri karya anggota animasi CCA.
4. *Contact* yang bisa dihubungi.

III.1.5 *Mandatory*

Komunitas kreatif di Cimahi telah tumbuh pesat dalam 10 tahun terakhir. Salah satu tujuan Cimahi *Creative Association* (CCA) dibentuk adalah untuk mewadahi komunitas-komunitas dan bertanggung jawab dalam pengembangan sumberdaya

manusia (SDM), yang pada akhirnya diharapkan mampu mengarahkan pertumbuhkan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Keanggotaan komunitas di CCA terbuka untuk umum baik dari dalam atau luar Kota Cimahi. Dalam perkembangannya CCA telah menjadi bagian dari pusat informasi dan sosialisasi industri kreatif Regional dan Nasional. CCA juga menjadi tujuan kunjungan industri dan praktek kerja lapangan untuk SMK dan Universitas dari berbagai daerah di Indonesia serta menjadi tempat riset dan inkubasi.

Maka dari itu pengurus Cimahi *Creative Association* CCA memberi mandat kepada peneliti agar ikut membantu dalam menjalankan kegiatan tersebut.

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi Kreatif adalah pilihan bentuk pesan iklan yang dapat mencapai tujuan periklanan. Untuk mencapai tujuan periklanan perlu dipilih bentuk pesan yang sesuai.

Dalam merancang informasi mengenai komunitas animasi Cimahi *Creative Association* (CCA) ini akan dikemas melalui sebuah media *website* agar informasi yang disampaikan lebih mudah diakses dimanapun dan kapanpun. Strategi kreatif yang diambil adalah menginformasikan tentang animasi CCA dan memperlihatkan hasil karya dari para anggota komunitas animasi CCA. Dengan *website* yang ringan dan desain dengan menarik dan *responsive* serta memasukan tokoh maskot kota Cimahi sendiri yaitu Chima di dalam *website* tersebut, dimaksudkan agar para target *audience* tertarik untuk mengakses *website* tersebut.

Tidak hanya di dalam media utama *website* maskot Chima pun akan digunakan di media-media pendukung lainnya yang dimaksudkan agar para target *audience* lebih mengenal akan khas dari animasi CCA ini.





Gambar III.1 Refrensi *Website* dan Hasil *Interface*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

III.1.7 Strategi Media

Strategi media merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada target *audience*, agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan mudah, strategi media digunakan untuk menentukan media yang akan di aplikasikan kepada rancangan.

Perancangan media informasi *website* komunitas animasi CCA ini meliputi, media utama dan pendukung. Media utama yang dimaksud berisikan tentang seluruh informasi yang terkait dengan komunitas Animasi CCA, sedangkan media pendukung adalah media yang bersifat melengkapi atau menunjang media utama.

a. Media Utama

Media utama adalah media yang sangat penting, maka dari itu dibutuhkan media yang tepat agar informasi bisa sampai ke target audience, di dalam perancangan media informasi komunitas animasi CCA ini dipilih satu media utama yaitu :

- ***Website***

  Media utama yang dirancang adalah laman situs internet (*website*) dengan menggunakan bahasa pemograman *HTML5 dan CSS3*. Media *website* ini

dipilih karena lebih efektif dimana *target audience* adalah pelajar atau mahasiswa selalu menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari dan berkomunikasi, mengingat perkembangan zaman dan teknologi yang sudah berkembang pesat. Dengan media *website* para target *audience* akan mudah mengakses dan informasi akan lebih cepat sampai karena media *website* dapat diakses dimanapun dan kapanpun.

b. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan berfungsi untuk melengkapi informasi yang diberikan pada media utama, agar lebih mempermudah target audien dalam menggunakan media utama.

- **Poster**

Poster sebagai media pendukung untuk mengajak para *target audience* mengunjungi website animasi CCA. Dengan desain yang menarik dan minimalis sehingga dapat menarik perhatian target audien. Poster tersebut dibagi menjadi dua macam dan waktu pendistribusian poster pun berbeda yaitu :

1. **Poster dengan konsep *attention***

   Disini poster di desain dengan *minimalist* sehingga para target *audience* akan dibuat penasaran, karena di poster ini tidak memasukan situs *website* animasi CCA yang menjadi media utama.

2. **Poster dengan konsep *interest***

   Disini poster di desain dengan memasukan situs website animasi CCA dengan tulisan “Visit : www.ccaanimation.com”), kata “*visit”* tersebut berarti ajakan kepada target audience, dengan desain yang beda di setiap tempatnya diharapkan para target audience akan lebih tertarik untuk mengunjungi website tersebut dan mendapatkan informasi lebih tentang animasi CCA.

- **Brosur**

  Media pendukung brosur ini dibuat agar *target audience* dapat melihat langsung penjelasan tentang animasi CCA, juga disertakan situs *website* dari media utama tersebut. Distribusi media brosur ini disebarkan di lingkungan sekolah dan lingkungan kampus yang berada di wilayah kota Cimahi.

- ***X-banner***

  Media pendukung *X-banner* ini di desain dengan menarik sehingga para target audience dapat tertarik untuk melihat, di *X-banner* itu sendiri terdapat ajakan untuk mengunjungi *website* animasi CCA. Distribusi media *X-banner* ini yaitu di ruang sekretariat sekolah/kampus, perpustakaan, tempat dinas dan pariwisata.

- **Stiker**

  Media pendukung stiker ini terdapat tiga macam yaitu :

  1. **Stiker Tempel**

     Stiker tempel disini adalah stiker biasa pada umumnya, terdapat berbagai desain stiker komunitas animasi CCA yang semuanya ditujukan agar para target *audience* mengunjungi *website* komunitas animasi CCA tersebut.

  2. **Stiker *Cutting***

     Stiker cutting animasi CCA hanya mempunyai satu desain dan ukurannya pun beda dengan stiker tempel biasa. Penempatan stiker *cutting* pun tidak jauh berbeda dengan stiker tempel biasa.

- **Media Sosial**

  Media sosial bisa digunakan untuk membantu para target *audience* untuk mengakses website komunitas animasi CCA, pada saat ini media pendukung melalui media sosial sangat penting karena para pelajar lebih sering menggunakan media sosial tersebut.

Adapun media sosial yang menjadi media *pendukung website* komunitas animasi CCA yaitu media sosial yang sekarang banyak digunakan oleh target *audience,* yaitu fan page Facebook, Instagram, dan Line @.

- ***Souvenir***

  Souvenir ini digunakan untuk menarik perhatian *target audience* yang difungsikan untuk mempromosikan *website* komunitas animasi CCA. Adapun media pendukung *souvenir* ini antara lain : Boneka, notebook, kartu uno, pulpen, pin bros, gantungan kunci, kaos dan paper bag.

  Pembagian *souvenir* dilakukan pada saat ada event yang diselenggarakan ataupun pada saat sosialisasi ke masyarakat, sekolah, dan kampus.

III.1.8 Strategi Distribusi Dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan strategi yang secara khusus dipersiapkan dalam upaya penyebaran media yang digunakan untuk mendukung tercapainya target sasaran. Pendistribusian awal akan dilakukan dengan mempromosikan media utama yaitu *website* dengan cara :

1. menyebarkan poster, brosur, dan stiker di sekolah-sekolah dan kampus yang berada di wilayah kota Cimahi dan media sosial yang mulai memperkenalkan website komunitas animasi CCA.
2. Media pendukung souvenir akan dibagikan pada saat sosialisasi ke masyarakat, sekolah, dan kampus.

Dibawah ini adalah tabel distribusi media yang dilakukan dalam jangka waktu 1 tahun.

Tabel III.2 Distribusi Media
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

No	Media	Bulan												Tempat
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	*Website*													*Online*
2	Poster *Attention*													Sekolah
3	Poster *Interest*													Sekolah
4	Media Sosial													*Online*
5	Brosur													Sekolah
6	*X-Banner*													Sekolah
7	Stiker													Sekolah
8	*Souvenir*													BITC

III.2 Konsep Desain

Konsep desain adalah dasar pemikiran desainer didalam usahanya memecahkan tuntutan desain maupun problem desain. Pengertian konsep menurut Peorwadarminta; berasal dari kata bahasa latin yaitu Conseptus yang berarti tangkapan. Jadi konsep adalah hasil dari tangkapan atau hasil penerjamahan manusia, ketika dihadapkan pada sebuah tuntutan.

Konsep Desain yang akan ditampilkan dalam media informasi *website* ini adalah adalah memadukan kesan *minimalist, future* , lucu, dan bersifat semiformal dimana dalam perancangan media informasi ini mengutamakan kemudahan dalam tampilan sistem navigasi atau tata letak dan ke efektifan ketika membuka *website*.

III.2.1 Format Desain

Format desain yang digunakan yaitu *portrait* dan *landscape*. Untuk format-format tersebut disesuaikan dengan media-media yang sudah dipilih.

Untuk media utama yaitu *website* menggunakan format desain *portrait* karena tiap halaman di *website* diperlukan *scrolling* agar halaman *website* bisa terlihat semua, selain media utama, media-media pendukung lainnya memakai format desain portrait seperti poster dan *X-banner*. Dan untuk format desain *landscape* digunakan untuk brosur dan stiker serta *souvenir* dengan format desain yang menyesuaikan.

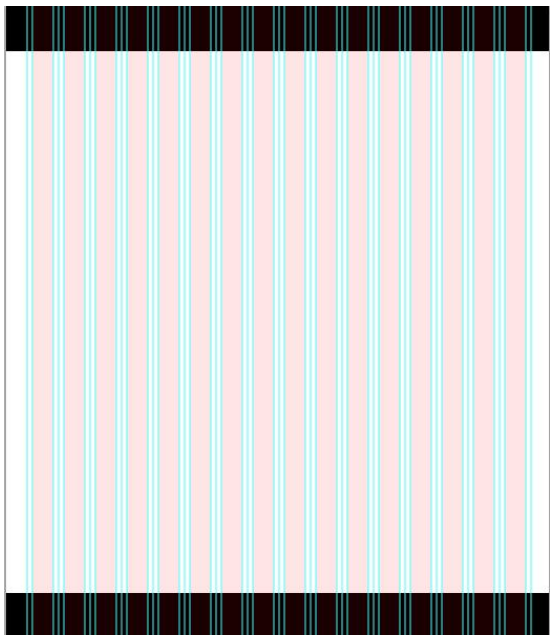
III.2.2 Tata Letak

Tata letak adalah suatu rancangan fasilitas, menganalisis, membentuk konsep, dan mewujudkan sistem pembuatan barang atau jasa.

Tata letak atau *layout* yang digunakan meliputi semua unsur desain, antara lain gambar, teks, ilustrasi, fotografi dan lain-lain. Tata letak *(layout)* yang digunakan di dalam perancangan media informasi *website* animasi CCA ini yaitu kesan *minimalist*, lucu, dan *techno,* kesan *techno* pun bisa diliat dari pengambilan warna yang dipakai di *background website*, adapun kesan lucu bisa dilihat dari karakter yang ada di *website* animasi CCA, dengan apabila di *hover* akan bergerak. Dibawah adalah tampilan tata letak *website* animasi CCA.

III.2.2.1 Grid System

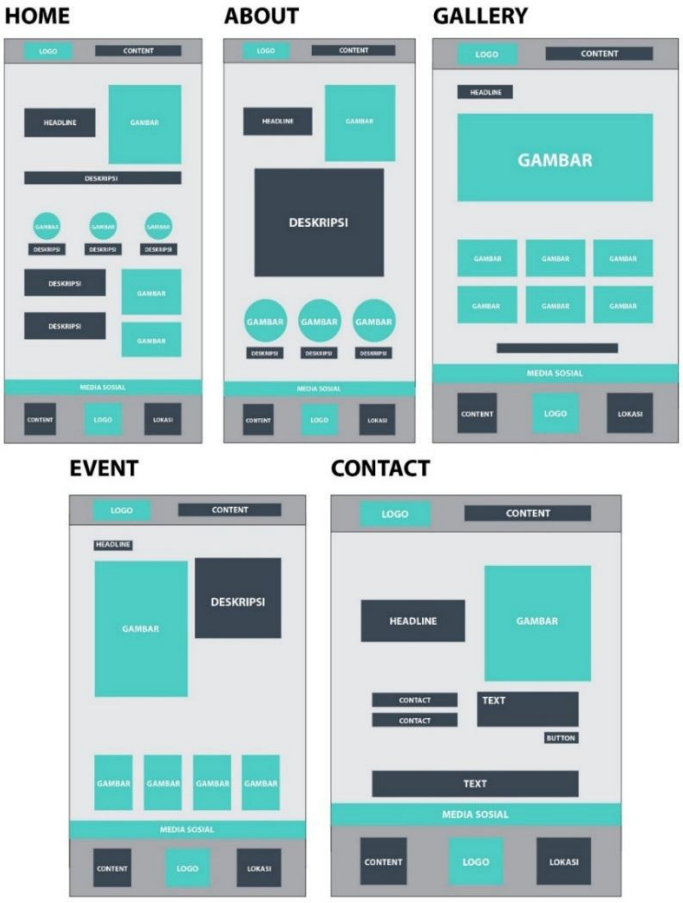
Grid System adalah komponen penting dari sebuah perancangan *website*, *Grid system* membantu sebuah rancangan desain *website* menjadi rapi, karena dengan mengikuti pola-pola garis dari *grid system* akan mempermudah untuk mengatur tingkat kerapihan dari *header* hingga *footer*.



Gambar III.2 *Grid System*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

III.2.2.2 *Wireframe*

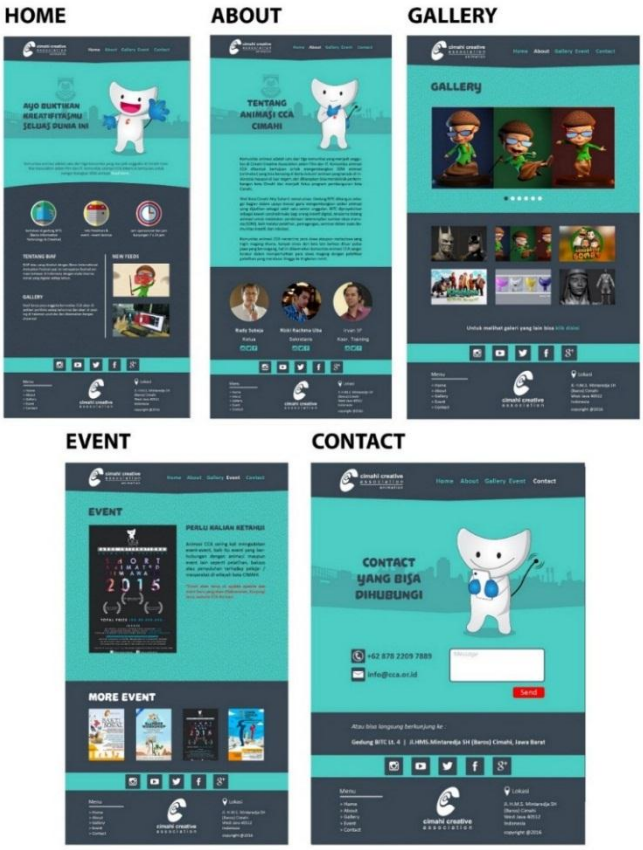
Wireframe adalah kerangka awal dari sebuah desain *website*, *wireframe* sendiri hanya terdiri dari garis besar desain setiap halamannya, dengan desain bidang kotak ataupun lingkaran dan ditambah dengan keterangan gambar atau *text.* Sehingga bisa dibedakan di posisi tersebut di isi oleh gambar atau sebuah penjelasan berupa *text.*



Gambar III.3 *Wireframe*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (15 Juni 2016)

III.2.2.3 *Interface*

Interface adalah desain *website* yang sudah jadi atau desain yang sudah *fix* sebelum memasuki proses *codding.*



Gambar III.4 *Interface*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (16 Juni 2016)

III.2.2.3.1 *Header*

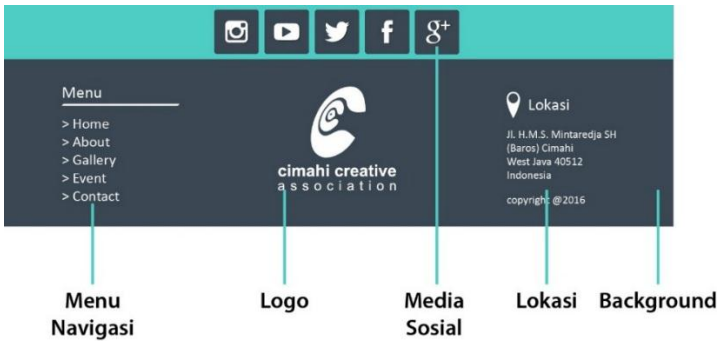
Header adalah bagian paling atas dari sebuah *website. Header* disini biasanya terdiri dari logo dan *button-button* navigasi. Dibawah ini adalah tampilan *header* dari perancangan media informasi *website* animasi CCA.



Gambar III.5 *Header*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (16 Juni 2016)

III.2.2.3.2 *Footer*

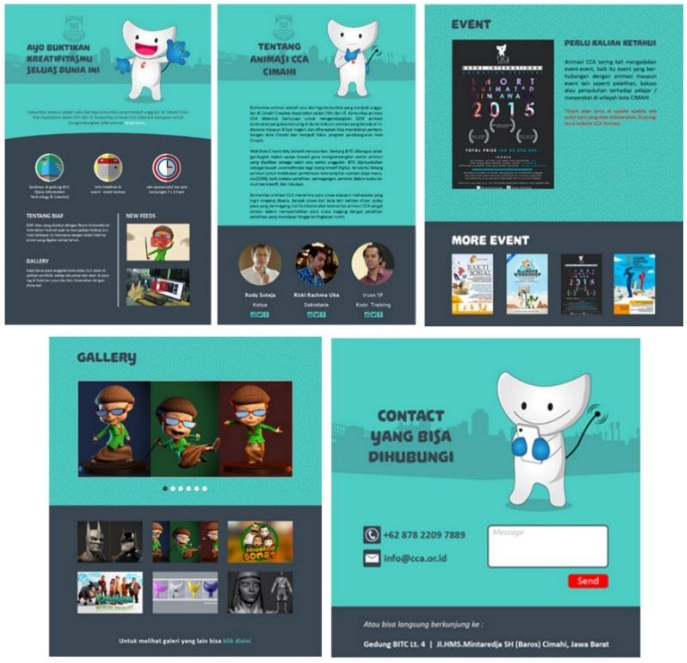
Footer adalah bagian paling bawah dari kerangka *website.* Dibawah ini adalah tampilan *header* dari perancangan media informasi *website* animasi CCA.



Gambar III.6 *Footer*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (16 Juni 2016)

III.2.2.3.3 *Content* (Isi)

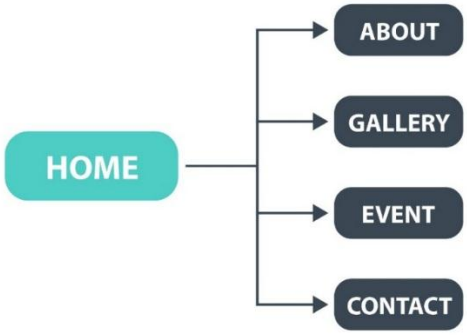
content atau diartikan sebagai "isi", merupakan struktur dan desain dari informasi yang terdapat pada halaman situs. Dibawah ini adalah tampilan *content* dari perancangan media informasi *website* animasi CCA.



Gambar III.7 *Content*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (16 Juni 2016)

III.2.2.4 *Sitemap Website*

Berdasarkan data-data yang diperoleh mengenai konsep dari *website* animasi CCA, diperoleh kesimpulan yang dituangkan dalam bentuk *sitemap* sebagai dasar dari sistem navigasi.



Gambar III.8 *Sitemap*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (16 Juni 2016)

- *Home* : Berisi tentang penjelasan-penjelasan singkat yang ditujukan untuk membuka page yang lainyya.
- *About* : Berisi tentang animasi CCA.
- *Gallery*: Berisi sebagian hasil karya yang sudah dibuat oleh anak-anak animasi CCA, dan link untuk melihat karya lain yang lebih banyak.
- *Event* : Berisi tentang event dan kegiatan sosial yang diadakan oleh komunitas animasi CCA.
- *Contact*: Berisi contact-contact yang bisa dihubungi ataupun pesan yang ingin disampaikan.

III.2.3 Huruf

Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Huruf menjadi *element* yang sangat penting dalam merancang sebuah media informasi karena informasi tersebut disampaikan melalui teks yang nantinya akan dibaca oleh *target audience.* Perancangan *website* animasi CCA ini menggunakan beberapa jenis font, diantaranya adalah :

- *Palamecia Titling*

  Font ini digunakan pada *headline* dan *sub headline*. *Font* ini bertipe *bold* sehingga akan terbaca dengan jelas oleh target *audience. Font* tersebut berkesan lucu sehingga cocok dengan karakter Chima.



Gambar III.9 *Font Palamecia Titling*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

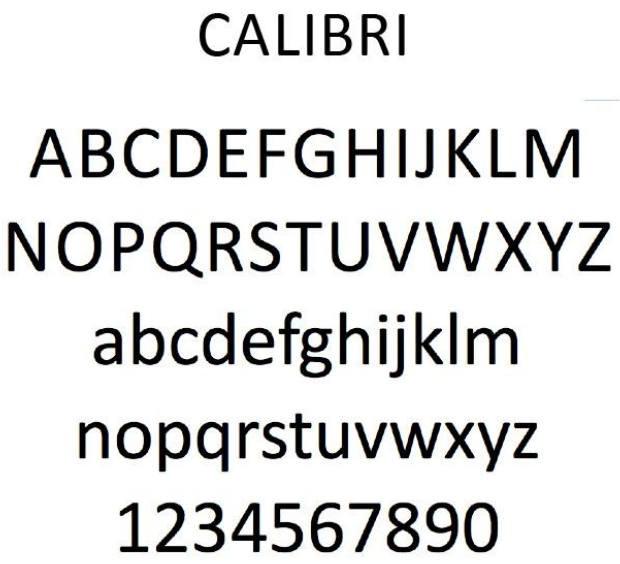
Aplikasi Media *Font Palamecia Titling*



Gambar III.10 Aplikasi Media *Font Palamecia Titling*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

- ***Calibri***

  Font ini digunakan pada *body text, content,* dll. Penggunaan *font Calibri* ini mencakup jenis *font Calibri bold* dan *regular*.



Gambar III.11 *Font Calibri*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

Aplikasi Media *Font Calibri*



Gambar III.12 Aplikasi Media *Font Calibri Bold & Regular*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

III.2.4 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).

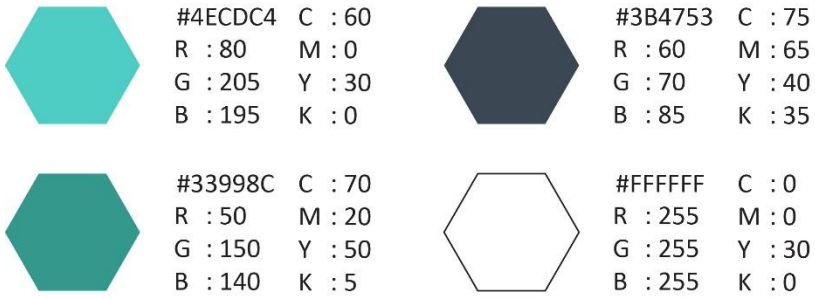
Pada perancangan media informasi *website* animasi CCA menggunakan 2 warna untuk *background* yaitu perpaduan warna terang dan gelap, adapun *background* berwarna terang yaitu warna *tosca*, dan *background* berwarna gelap yaitu warna biru *denim.* Dan untuk *font* dan logo memakai warna hitam dan putih.

Adapun makna dari warna-warna tersebut adalah :

Tosca : *Tosca* adalah warna hijau yang kebiruan yang menggambarkan originalitas, imajinasi, dan kompleksitas.

Biru *denim* : Biru denim adalah warna biru tua yang kehitaman, warna ini menggambarkan efesiensi, logika, keamanan, dan kecanggihan.

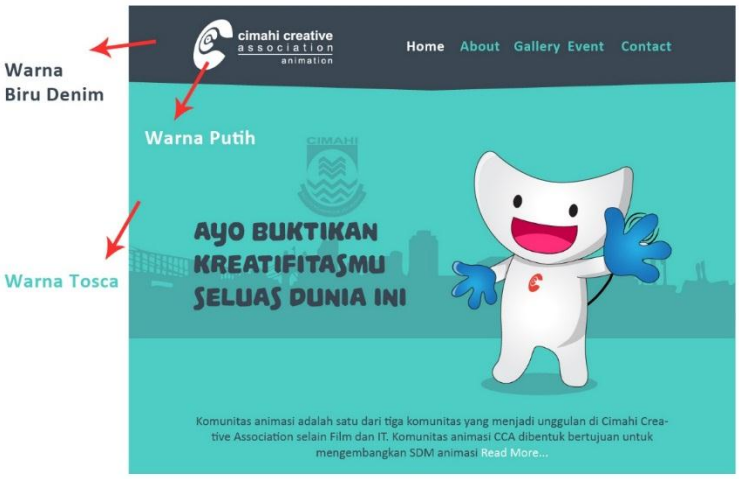
Putih : Warna putih menggambarkan bersih, jelas dan kesederhanaan.



Gambar III.13 Warna
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

Warna RGB adalah warna yang digunakan untuk di monitor ataupun *desktop*, sedangkan warna CMYK digunakan untuk media yang akan di cetak.

Aplikasi Media Warna



Gambar III.14 Aplikasi Warna Pada Media
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

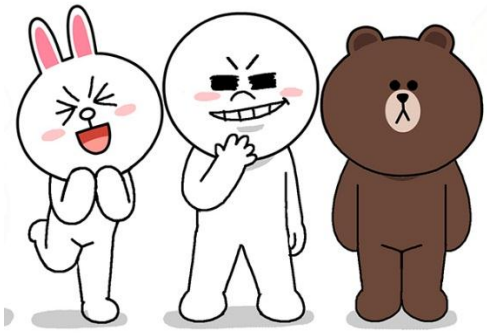
III.2.5 Illustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah visualisasi dari suatu tulisan yang dapat berupa sketsa, lukisan, vektor graphic, foto, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan pada penjelasan tulisan daripada bentuk.

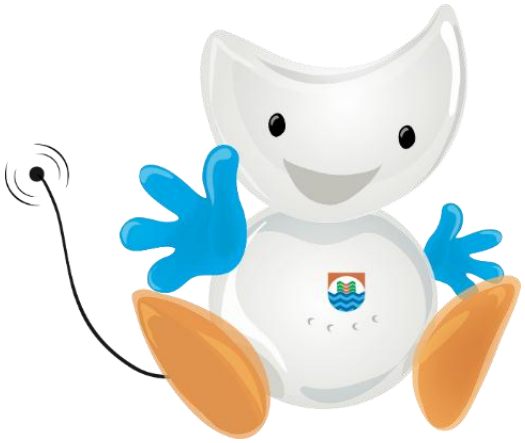
Illustrasi yang digunakan dalam media informasi website komunitas animasi CCA yaitu berbentuk karakter maskot dari kota Cimahi yang bernama Chima. Maskot disini akan muncul disetiap media, baik itu media utama maupun media pendukung lainnya.

III.2.5.1 Studi Karakter

Studi karakter dari karakter Chima ini adalah dengan gaya desain *vector*, karakter Chima ini terinspirasi dari karakter *Line* dan karakter Chima terdahulu. Dibuat dengan berbagai gaya agar para taget *audience* tidak bosan untuk melihat media media pendukung dari *website* komunitas animasi CCA

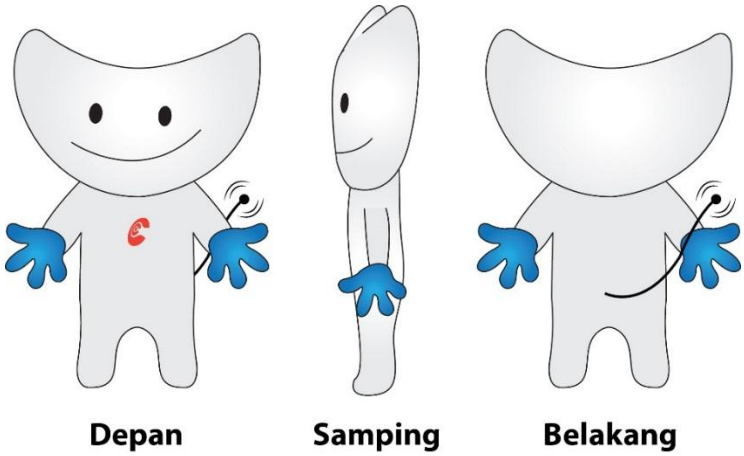


Gambar III.15 Referensi Karakter 1
Sumber : http://www.pandavpn-jp.com/wp-content/uploads/2014/10/7eac77bbed2ef32ef71a761eb75f15b0.png (18 Juni 2016)



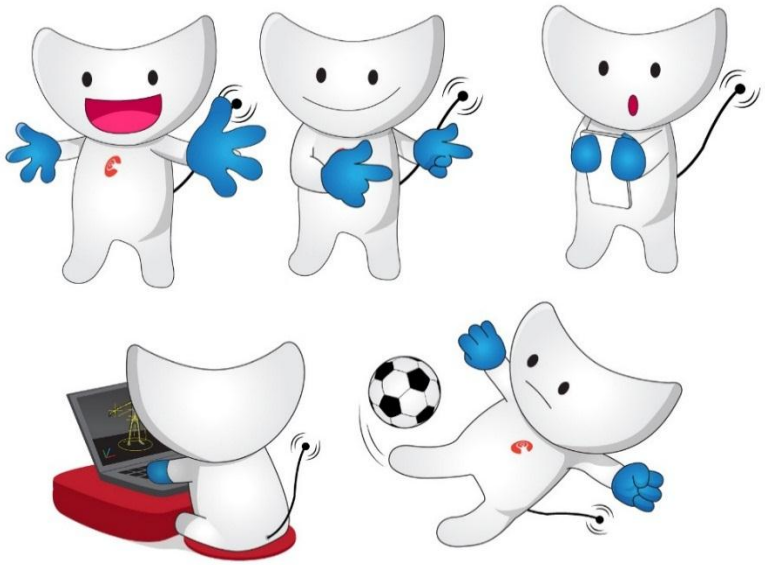
Gambar III.16 Referensi Karakter 2
Sumber : https://creativecontest2010.files.wordpress.com/2010/05/chima-hi-x.png (18 Juni 2016)

Dibawah ini adalah tampak depan, samping, dan belakang dari karakter baru yang sudah dibuat oleh penulis.



Gambar III.17 Karakter Tampak Depan Samping dan Belakang
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)

Dibawah ini beberapa pose dari karakter Chima yang menjadi ikon dari komunitas animasi CCA.



Gambar III.18 Karakter Dengan Beberapa Gaya
Sumber : Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2016)