BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dapat diartikan sebagai siasat, kiat trik atau cara, sedangkan secara umum strategi adalah suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi perancangan adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengelola kondisi sekarang dengan tujuan melakukan proyeksi kondisi pada masa depan (Kerzner, 2011)

Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu merancang sebuah media informasi yang memiliki konsep ciri khas dengan bertujuan untuk memberikan informasi yang tepat dan baik untuk target sasaran dalam membuat sebuah solusi media informasi yang menarik tentang visualisasi dari hewan amfibi salamander axolotl. Dengan adanya perancangan tersebut dapat membantu penggemar hewan salamander axolotl dalam mendapatkan informasi yang ingin diketahui seputar salamander axolotl. Perancangan ini mengambil ciri khas dari salamander axolotl dari warna dan bentuk.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Berikut adalah tujuan komunikasi dalam perancangan *website* komunitas salamander axolotl :

- Memberikan informasi terkait salamander axolotl kepada penggemar salamander axolotl dan dapat diakses dengan mudah.
- Memberikan pemahaman – pemahaman seputar pemeliharaan salamander axolotl.
- Memberikan informasi bahwa adanya forum komunitas untuk sesama penggemar axolotl.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan *website* komunitas salamander axolotl memerlukan pendekatan komunikasi yang baik agar pesan yang disampaikan dapat mudah dimengerti oleh pengguna *website*. Pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah dengan memberikan informasi terhadap asal salamander axolotl dan juga mengenai proses pemeliharaan terkait hewan tersebut berupa dekorasi akuarium,

kualitas air, serta pakan hewan tersebut. Berikut ini adalah pendekatan komunikasi yang diterapkan yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal :

- Pendekatan Visual :

  Pendekatan visual dalam perancangan media informasi adlah menggunakan pendekatan budaya modern dengan menggunakan gaya visual infografis dan ilustrasi dengan memanfaatkan salamander axolotl baik dari bentuk ataupun sejarah asal muasal serta keunikan dari salamander axolotl.

- Pendekatan Verbal :

  Pendekatan verbal yang dilakukan dengan menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia tersebut dimaksudkan agar pengguna *website* yang berada di Indonesia lebih mudah mendapatkan informasi terkait salamander axolotl yang bukan hewan asal Indonesia sehingga informasi yang ada dapat diolah dan disampaikan kepada penggemar salamander axolotl di Indonesia.

  Strategi komunikasi verbal yang dilakukan pada media utama diantarnya dengan cara memberikan keterangan berupa teks penjelasan pada tiap objek (*button* atau visual lain yang memerlukan keterangan) agar mempermudah khalayak dalam mengetahui maksud dari visual yang ditampilkan.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan adalah untuk menyampaikan informasi seputar salamander axolotl secara luas terhadap jenis ataupun pemeliharaan hewan tersebut. Memberikan wawasan tambahan terhadap hewan unik yang dapat dipelihara kepada masyarakat umum yang ingin mengetahui hewan unik salamander axolotl. Mengajak penggemar yang tersebar di berbagai daerah untuk ikut bergabung dalam komunitas sehingga dapat berbagi pengalaman ataupun informasi terkait salamander axolotl.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan untuk menyampaikan materi - materi pesan adalah dengan menggunakan gaya bahasa persuasi dengan bertujuan untuk mengajak

penggemar dari salamander axolotl ikut bergabung dan mencari informasi seputar salamander axolotl.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak sasaran yang atau target *audience* dari perancangan *website* ini adalah :

- Demografis

  Segmentasi demografis menurut M. Suyanto (2006, 22) adalah pasar yang dikelompokkan berdasarkan usia, pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan kelas sosial.

  Targer *audience* : (masa remaja awal – masa dewasa akhir)

  Dipilih karena target sasaran utama yaitu masyarakat yang memang memelihara atau menggemari salamander axolotl ini pada usia produktif. Penggemar yang berusia remaja sampai dewasa akhir ini dinilai cenderung lebih banyak melakukan kegiatan aktif untuk mendapat informasi dan mengetahui perkembangan dunia luar secara *online* serta dapat dinilai sebagai tolak ukur dari aktifitas penggunaan media – media sosial. Serta mencari tahu informasi atau komunitas - komunitas tertentu untuk menyalurkan hobi atau kegemaran terhadap sesuatu.

Usia	: Masa remaja awal sampai masa dewasa akhir.
Jenis kelamin	: Pria dan wanita.
Status ekonomi	: Menengah dan menengah atas.
Pekerjaan	: Mahasiswa, Pegawai negri / swasta, wiraswasta.
Etnis	: Semua etnis/ suku.
Hobi	: Penggemar salamander axolotl.

- Geografis

  Menurut M. Suyanto (2006) segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, misalnya wilayah, negara, provinsi, dan kota.

  Berdasarkan lokasi, target sasaran perancangan media informasi ini adalah penggemar salamander axolotl yang tersebar di Indonesia.

- Psikografis

  Menurut Hurlock (1990) mengatakan bahwa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira umur 40 tahun, saat perubahan-perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan produktif. Secara umum mereka yang tergolong dewasa ialah mereka yang berusia 20-40 tahun.

  Perkembangan sosial masa dewasa awal yaitu masa dimana beralihnya pandangan egosentris menjadi sikap empati yang dimana pada masa ini penentuan relasi sangat memegang peran yang penting. Hal ini berpengaruh pada masa tersebut dalam mencari sesuatu informasi atau hal yang baru tentang hewan salamander axolotl.

- *Consumer Insight*

  Khalayak sasaran dari perancangan ini adalah masyarakat berusia 20 – 40 tahun yang memelihara ataupun menggemari hewan unik khususnya salamander axolotl dengan tingkat ekonomi menengah hingga menengah atas karena memungkinkan untuk mengikuti kegiatan – kegiatan yang akan diadakan oleh forum komunitas *axoparadise*.

  Insight dari sasaran yaitu memiliki kegemaran untuk bersosialisasi dalam organisasi serta aktif didalam organisasi yang merupakan sarana penyalur hobi atau kegemaran dari target sasaran serta memiliki rasa keingintahuan untuk dapat memahami ataupun mengatasi masalah yang terjadi seputar pemeliharaan salamander axolotl.

- *Consumer Journey*

  Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media yang akan digunakan maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat maka diperlukan daftar aktifitas dari target audien. *Consumer journey* ini lah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang telah dibentuk.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
(sumber tabel : Dokumen pribadi)

NO	Kegiatan	Tempat	Media
1	Bangun Pagi	Kamar Tidur	Website, Media sosial
2	Pergi Beraktivitas	Jalan	Poster, Stiker, T-shirt
3	Tempat Beraktivitas	Kampus, Kantor, Tempat Umum	Poster, Stiker, Flyer
4	Istirahat	Cafe, Kantin	Website, Media sosial
5	Jalan Jalan	Mall, Toko Ikan, Pameran reptil, Acara komunitas	Flyer,X-banner,Poster, Stiker,T-shirt
6	Pulang	Rumah	Website, Media sosial

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan langkah yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan media informasi. Tujuan strategi kreatif adalah dengan menciptakan sebuah media informasi yang sesuai. Membuat sebuah media informasi serta membangun sebuah forum komunitas bagi para penggemar salamander axolotl yang terpencar di berbagai daerah. Hal yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan media internet, mengingat pada saat ini media internet tidak bisa lepas dari masyarakat luas termasuk para penggemar salamander axolotl dalam kehidupan sehari – hari. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan untuk menghubungkan para penggemar salamander axolotl yang terpencar ini untuk mendapatkan informasi seputar salamander axolotl serta membuat suatu *website*.

Strategi kreatif yang dilakukan adalah dengan membuat *website* yang berisikan konten-konten yang didalamnya terdapat ilustrasi serta *icon* untuk dapat memperjelas dan mempermudah pengguna dalam memahami isi yang akan disampaikan. Pemberian warna *layout header* menggunakan warna *orange* dengan kode warna R: 240, G: 116, B: 83 agar memperjelas sistem navigasi yang ditampilkan. Warna tersebut diambil dari beberapa warna salamander axolotl yang memiliki warna terang. Perancangan isi konten informasi sejarah, tatacara perawatan, keunikan axolotl menggunakan ilustrasi yang dibuat dengan menggunakan *software* Adobe Illustration CS6 dengan membuat infografis serta karakter salamander axolotl agar mudah dipahami oleh pengguna.

Strategi kreatif dalam perancangan *website* komunitas salamander axolotl ini menggunakan rumus AISAS :

- ***Awareness*** (mengetahui)

  Ketika target audiens ingin mengetahui adanya sebuah *website* yang membahas dan menginformasikan hal-hal yang bersangkutan dengan salamander axolotl, perlu adanya dukungan dari media-media serta situs - situs yang mampu membantu mengiklankan situs *website* salamander axolotl tersebut, seperti memasang *web banner* dan mencantumkan situs *website* di situs jejaring sosial. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya agar situs – situs tersebut dapat saling menunjang satu sama lain dan untuk memudahkan target audiens untuk mencari, mengakses dan mengetahui situs-situs apa saja yang membahas mengenai hobi atau kegemaran terhadap salamander axolotl.

- ***Interest*** (minat)

  Ketika *website* komunitas salamander axolotl tersebut mendapat perhatian dari audiens, maka dalam penyampaian pesan selanjutnya adalah bagaimana target audiens agar berminat bergabung dan ingin mengetahui lebih lanjut mengenai *website* komunitas salamander axolotl tersebut. Oleh karena itu, target audien harus dirangsang sehingga berkeinginan untuk membaca dan mengikuti pesan-pesan atau informasi yang disampaikan. Untuk menumbuhkan minat audiens yaitu dengan memberikan media pendukung berupa kaos dan stiker.

- ***Search*** (mencari)

  Minat dan keingintahuan audien dapat dilakukan dengan cara mencari situs komunitas salamander axolotl yang nantinya akan di *online*kan dan berisikin informasi - informasi mengenai salamander axolotl. Situs tersebut nantinya berguna bagi target audiens untuk mencari informasi - informasi mengenai salamander axolotl serta media pendukung seperti brosur, flyer, web-banner, media sosial yang memiliki fungsi untuk memudahkan pengguna agar tetap terhubung kedalam situs *website*.

- ***Action*** (tindakan)

  Upaya dalam penyampaian pesan selanjutnya adalah untuk membujuk target audiens, agar target audien mampu melakukan tindakan untuk bergabung atau menjadi anggota. Keberhasilan dalam merancang sebuah *website* adalah adanya respon yang baik dari target audien. Maka pada dasarnya isi pesan dalam sebuah *website* ini yaitu menginformasikan kepada target audiens bagaimana cara pemeliharaan, asal muasal, serta dengan membuat acara atau *event* untuk membuat daya tarik bagi pengguna.

- ***Share*** (berbagi)

  Untuk mendapatkan informasi yang lebih luas mengenai salamander axolotl, dapat dilakukan dengan cara menyediakan halaman khusus untuk saling berbagi informasi ataupun pengalaman sesama pemelihara salamander axolotl, dengan menyediakan halaman berita, serta forum untuk membahas seputar permasalahan dalam pemeliharaan dan lain sebagainya, sehingga target audiens mendapatkan informasi yang lebih luas yang berkaitan dengan permasalahan yang dialami ataupun kurangnya pemahaman serta informasi yang didapat. Hal ini memberikan manfaat bagi target audiens sehingga minat dan keingintahuan ataupun masalah target audiens dapat terjawab. Dengan menggunakan media brosur, flyer, kaos, ataupun stiker yang dimaksutkan agar masyarakat atau pengguna dapet berbagi informasi dan menyebarluaskan *website* tersebut.

III.1.7 Strategi Media

Strategi media merupakan salah satu hal yang penting dan berguna dalam penyebaran dan penyampaian informasi. Selain sebagai alat penghubung penyampaian informasi, media juga dapat berfungsi sebagai alat pendukung atau perantara alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada target audien. Maka diperlukan media yang tepat agar informasi tersampaikan dengan baik. Strategi media dipilih berdasarkan kebutuhan dari media informasi yang akan dibuat, diantaranya :

- Media Utama

  Media utama yang akan digunakan dalam perancangan informasi salamander axolotl adalah *website*. Menurut Yuhefizar, Mooduto, dan Hidayat (seperti dikutip Abdillah, 2015) *website* merupakan keseluruhan halaman – halaman *web* yang terdapat dalam sebuah *domain* yang mengandung informasi (h.2). Media *website* dipilih karena dapat menyimpan atau memberikan informasi secara efisien dengan jangkauan yang dapat diakses oleh pengguna secara luas. Media ini juga dapat menampilkan berbagai informasi berupa teks, suara, video, ataupun gambar sehingga dapat memberikan informasi kepada target audien yang terpencar dalam jangkauan yang luas. Selain itu, dengan bertujuan membuat sebuah *website* dengan memberikan suatu tempat bahasan atau obrolan seputar ketertarikan sesama pengguna didalam *website,* membuat target audiens yaitu penggemar salamander axolotl yang terpencar dapat berkumpul membahas seputar kegemaran atau hobi yang sama dan membentuk suatu *website* komunitas salamander axolotl.

  a. Konten

     Konten yang terdapat didalam website komunitas salamander axolotl ini terdiri dari :

  - Halaman satu : Beranda

    Didalamnya merupakan sarana informasi awal dari *website* komunitas salamander axolotl. memberikan informasi dan postingan terbaru dari website.

  - Halaman dua : Tentang

    Halaman ini berisikan tentang keterangan situs axoparadise yang merupakan wadah baru bagi kumpulan penggemar salamander axolotl.

  - Halaman tiga : Berita

    Halaman ini berisikan berita – berita, acara, seputar salamander axolotl baik di Indonesia ataupun *global*.

  - Halaman empat : Tentang Axolotl

Didalamnya merupakan penjelasan atau informasi terhadap salamander axolotl yang meliputi asal muasal, galeri foto, dekorasi akuarium, serta cara pemeliharaan salamander axolotl.

- Halaman enam : Kontak

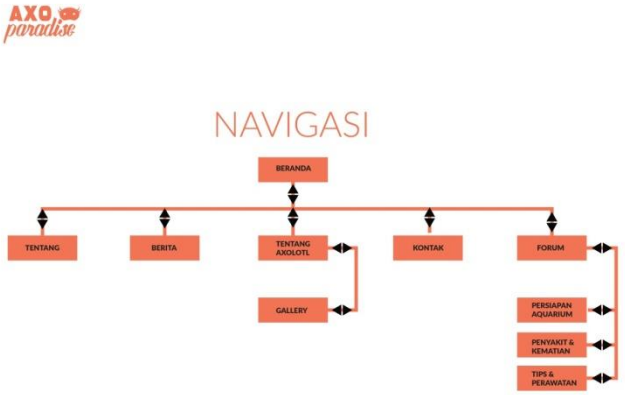
  Halaman ini berisikan kontak yang akan langsung tersambungkan kedalam media social yang bersangkutan.

- Halaman tujuh : Forum

  Halaman ini berisikan forum yang dibuat untuk mengumpulkan para penggemar salamander axolotl agar dapat berbagi informasi atau pengalaman sesuai bahasan yang dikelompokkan untuk mempermudah pengguna.

b. Sistem Navigasi

Navigasi *website* adalah bagian dari situs *website* yang berguna untuk memandu pengguna menjelajahi isi situs *website* dan menghantarkan pengguna pada isi yang ingin dicari. Navigasi yang dibuat memiliki fungsi yang dapat diakses kesetiap halaman selanjutnya atau sebelumnya agar memudahkan pengguna dalam menjelajahi *website*. Terdapatnya konten – konten yang dapat membawa pengguna langsung kepada halaman yang berisikan bahasan konten tersebut. Adanya forum bahasan yang ditata berdasarkan tema atau topik dari bahasan atau permasalahan seputar salamander axolotl.



Gambar III.1 Sistem Navigasi
(sumber gambar : dokumen pribadi)

c. Media Pendukung

Adapun media pendukung dari strategi perancangan ini yaitu :

- *Web – banner*

  Web – banner merupakan media *digital* yang digunakan bertujuan sebagai media iklan, promosi, publikasi, menjalin persahabatan atau kepentingan lain yang berkaitan dengan *website* komunitas salamander axolotl yang akan disebarkan pada sosial media seperti facebook, atau forum komunitas penggemar hewan – hewan eksotik lainnya.

- Poster

  Poster berukuran A3 yang berisikan informasi – informasi tentang *event* yang diadakan dan adanya *website* komunitas salamander axolotl sebagai media promosi yang akan ditempelkan pada toko ikan hias atau tempat komunitas reptile yang berkaitan dengan pehobi hewan unik.

- *Sticker*

  Sticker sebagai media pendukung diproduksi dalam bentuk persegi panjang dengan ukuran 10 x 8 cm. *Sticker* ini dapat ditempel dimana saja sebagai media promosi dan akan diberikan bersamaan dengan *T-shirt* kepada penggemar yang sudah mengikuti kegiatan yang diadakan komunitas *axoparadise*.

- *T-shirt*

  T-shirt yang digunakan sebagai media pendukung adalah kaos dengan lengan pendek. Pemilihan *T-shirt* sebagai media pendukung diharapkan dapat mempromosikan media utama pada penggemar salamander axolotl yang terpencar. *T-shirt* diperuntukan bagi para penggemar yang sudah mengikuti kegiatan yang diadakan komunitas *axoparadise*.

- *Flyer*

  Flyer merupakan sebuah surat edaran dalam bentuk iklan kertas. *Flyer* dibuat sebagai salah satu media pendukung yang dapat disebarkan pada saat adanya event yang diadakan oleh komunitas *axoparadise*.

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi media yang dilakukan untuk penyebaran informasi *website* komunitas salamander axolotl yaitu media utama yang akan di *online* kan pada bulan Januari tahun 2017. Media utama *website* akan di *online* kan pada awal bulan dengan diikuti *web - banner* untuk mengiklankan ke berbagai sosial media seperti facebook, ataupun *website* komunitas penggemar hewan unik lainnya dengan bersamaannya diadakan acara untuk mengumpulkan para penggemar hewan unik khususnya salamander axolotl. Poster dan *flyer* disebarkan kepada perkumpulan atau komunitas reptil dan ikan hias sebelum diadakannya acara komunitas salamander axolotl. Sementara *T-shirt* dan *sticker* akan diberikan sebagai merchandise sebagai tanda telah mengikuti kegiatan acara yang diadakan oleh komunitas *axoparadise*.

Tabel III.2 Strategi Distribusi Media
(sumber gambar : dokumen pribadi)

Media	Tempat/Lokasi	Waktu Penyebaran Tahun 2017	
		Des	Jan
Website, Web-banner	*Online*		
Poster, Flyer	Perkumpulan komunitas reptil dan ikan hias		
T-shirt, Sticker	Masyarakat ataupun penggemar yang telah mengikuti acara *axoparadise*		

III.2 Konsep Visual

Konsep visual merupakan strategi dalam perancangan untuk mendapatkan tampilan visual yang sesuai dengan target audiens. Konsep visual yang diambil yaitu dengan visual yang sederhana, menggunakan warna pastel atau pucat yang diambil dari warna – warna salamander axolotl yang memiliki warna pucat.

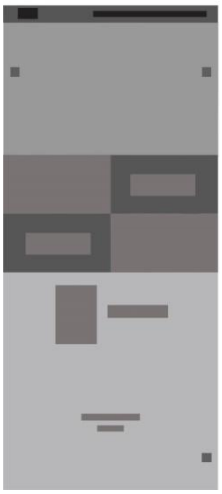
III.2.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam perancangan media *website* komunitas ini dirancang ukuran *potrait* dengan template pembuatan *user interface* atau tampilan

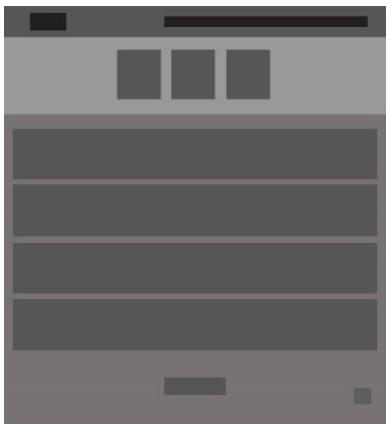
antar muka dibuat pada resolusi 1024x768 pixel dengan responsif 720x480. *website* dapat di akses menggunakan laptop, PC, maupun *tablet PC*.

III.2.2 Tata Letak

Tata letak atau layout yang digunakan meliputi gambar, teks, ilustrasi, fotografi dan lain – lain. Tata letak pada setiap halaman situs mengindari dari tampilan visual yang ramai dan bertumpuk sehingga hanya menggunakan elemen – elemen yang diperlukan saja. Menurut Rustan (seperti dikutip Abdillah, 2015) *layout* adalah tata letak elemen – elemen desain terhadap suatu bidang dalam suatu media untuk menentukan konsep atau pesan yang didalamnya.



Gambar III.2 *Wireframe* Beranda
(sumber gambar : dokumen pribadi)

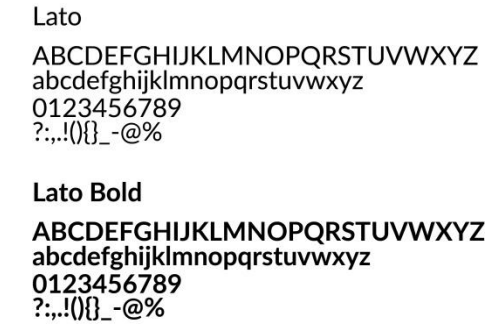


Gambar III.3 *Wireframe* Forum
(sumber gambar : dokumen pribadi)

III.2.3 Huruf

Penggunaan huruf pada konten – konten yang terdapat didalam *website axoparadise* adalah Lato. Huruf Lato termasuk jenis huruf *sans serif* yang tidak memiliki garis kecil dan bersifat solid.

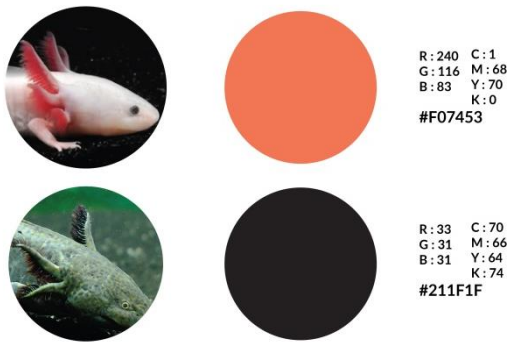
Menurut Sihombing (2001) huruf *sans serif* dianggap sebagai pilihan sempurna karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik. Pada awal perkembangannya di Jerman huruf *sans serif* dianggap sebagai huruf yang mewakili moderenisme menggantikan huruf sebelumnya yaitu *Serif*.



Gambar III.4 Jenis Tipografi
(sumber gambar : dokumen pribadi)

III.2.4 Warna

Warna merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah visual terutama pada sebuah *website* dikarenakan warna mampu mencirikan *website* tersebut ataupun sebagai pemikat yang dapat diambil dari karakter suatu objek ataupun pemilihan warna tersendiri agar mendapatkan karakter dari *website* tersebut. Menurut Graham (seperti dikutim Abdillah, 2015) warna dapat digunakan untuk mengkomunikasikan *mood*, daya tarik, identitas produk, ataupun mengorganisir suatu informasi. Dalam perancangan *website* komunitas salamander axolotl, jenis warna yang dipilih yaitu warna yang diambil dari warna tubuh salamander axolotl yang memiliki warna terang dibagian insang dan pucat pada bagian tubuh.



Gambar III.5 Skema Warna
(sumber gambar : dokumen pribadi)

III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar yang berupa sketsa atau foto yang kemudian diubah sehingga memiliki karakter tersendiri. Perancangan isi konten *website axoparadise* menggunakan ilustrasi yang diambil dari gambar – gambar axolotl maupun gambar lain yang dibutuhkan dalam pembuatan konten dengan menggunakan *software* Adobe Illustration CS dan CorelDraw X7 untuk mengubah gambar kedalam bentuk *icon* atau *vector*.

- Proses Ilustrasi

  A. Referensi Visual



Gambar III.6 Reverensi Visual
(sumber gambar : dokumen pribadi)

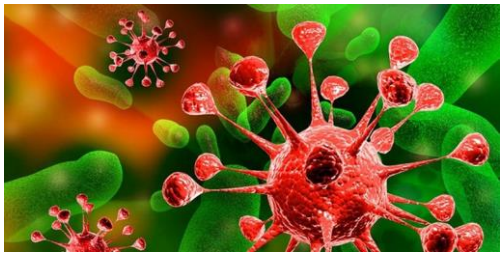


Gambar III.7 Ilustrasi Axolotl
(sumber gambar : dokumen pribadi)

B. Reverensi Icon



Gambar III.8 *Fish Ball*
(sumber gambar : http://2.bp.blogspot.com/-iguQTaFP81c/VNOYxblVNsI/AAAAAAAAANE/KExH3lA78OY/s1600/G5100BK.jpg diakses 3/7/2016)



Gambar III.9 Kuman
(sumber gambar : https://www.deherba.com/media/k2/items/cache/b7e870fe16253b03d4f5e4eca7c887cf_XL.jpg diakses 3/7/2016)



Gambar III.10 Kotak Medis
(sumber gambar : http://g01.a.alicdn.com/kf/HTB19pD.KXXXXXXtXXXXq6xXFXXXA/Perjalanan-luar-kit-pertolongan-pertama-Mobil-Mini-pertolongan-pertama-kit-tas-Rumah-kotak-medis-kecil-darurat.jpgdiakses 3/7/2016)



Gambar III.11 Icon
(sumber gambar : dokumen pribadi)

III.2.6 Logo

Konsep pembuatan logo dibuat mewakili nama *website* yaitu komunitas salamander axolotl. Logo yang dibuat merupakan gabungan dari tipografi dan elemen grafis visual yang mewakili salamander axolotl. Konsep *gestalt* juga dipergunakan dalam pembuatan logo bahwasanya seseorang akan cenderung mengelompokkan apa yang dilihat disekitanya menjadi suatu kesatuan yang utuh berdasarkan pola, hubungan, dan kemiripan. Reverensi bentuk diambil dari salamander axolotl.



Gambar III.12 Logo
(sumber gambar : dokumen pribadi)

Jenis font yang digunakan pada tulisan AXO menggunakan *Meposa*. Font *Meposa* dipilih karena dirasa dapat mewakili media utama yaitu *website* komunitas dan memiliki ketebalan huruf yang dirasa cocok dengan karakter salamander axolotl. Jenis font kedua menggunakan *Awesome Free Font*, font tersebut dipilih karena dinilai memiliki kesan *modern* dengan penulisan *paradise* yang berarti surga dengan jenis font *script*.