BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dari perancangan ini mengacu kepada sebuah komunitas pecinta ayam Serama di Kota Bandung yang memiliki anggota dari berbagai kalangan masyarakat.

- Demografis
    - Usia : Masa dewasa awal sampai masa dewasa akhir
    - Status Ekonomi : Menengah dan menengah atas
    - Jenis Kelamin : Pria dan wanita
    - Pekerjaan : Mahasiswa, Pegawai negri / swasta,wiraswasta
    - Pendidikan : SMA - Mahasiswa
    - Etnis : Semua suku
    - Kenegaraan : Indonesia
- Psikografis

  Menurut Hurlock (seperti yang dikutip dari Nugraha, 2015) 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 18 - 40 tahun. Khalayak yang ditujukan untuk perancangan ini adalah pecinta Ayam Serama pemula yang memiliki keinginan untuk mengikuti kontes maupun pecinta Ayam Serama pemula yang merasa kurang dalam mengetahui pengetahuan mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan kontes kecantikan Ayam Serama.
- Geografis

  Dari segi geografis, khalayak yang menjadi sasaran meliputi warga negara Indonesia yang tinggal diperkotaan.

III.1.1 *Consumer Insight*

Target audiens yang menjadi sasaran dari perancangan ini adalah masyarakat yang berusia 18 – 40 tahun yang mendapatkan rasa kepuasan dalam memelihara ayam Serama dengan rasa keingintahuan mengenai seputar kontes kecantikan ayam Serama dan mengikuti kontes kecantikan ayam Serama. Berikut penjabaran pemahaman atau anggapan target audiens terhadap informasi mengenai terkait merawat dan melatih Ayam Serama untuk siap kontes, serta kriteria penilaian kontes Ayam:

- ***Hope***

  Semua pecinta Ayam Serama ingin mengetahui informasi mengenai terkait merawat dan melatih Ayam Serama untuk siap kontes, serta kriteria penilaian kontes Ayam.

- ***Myth***

  Membutuhkan waktu yang lama dalam membangun Ayam Serama siap kontes.

- ***Hidden truth***

  Informasi mengenai merawat dan melatih Ayam Serama untuk siap kontes, serta kriteria penilaian kontes Ayam Serama hanya diketahui oleh pecinta Ayam Serama senior yang telah berulang kali mengikuti kontes.

- ***Behavior***

  Banyak khalayak disaat ini menggunakan teknologi modern seperti *smartphone* berbasis andoid dalam kehidupan sehari-hari dan mempermudah aktivitas khalayak terutama bagi kalangan desawa awal sampai dewasa akhir.

- ***Essence***

  Pada suatu kontes kecantikan Ayam Serama, pengetahuan dan penerapan teknik merawat dan melatih Ayam Serama untuk siap kontes terhadap Ayam Serama yang akan dikonteskan berperan besar pada penilaian Ayam Serama ketika mengikuti kontes.

III.1.2 *Consumer Journey*

Untuk meningkatkan tingkat efisiensi penyebaran ide yang sudah dirancang, pemilihan media-media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target audiens akan mengikuti keseharian target audiens. Perencanaan yang baik untuk mendapatkan interaksi yang dapat menjangkau target audiens yaitu dengan mengumpulkan aktifitas dari target audiens kemudian menentukan media – media yang berkompenten dalam menyampaikan pesan berdasarkan lokasi dan kegiatan target audiens.

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

NO	Kegiatan	Tempat	*Point Of Contact*
1	Bangung pagi	Kamar tidur	Media sosial, *Smartphone*, Mug, *T-Shirt*, Sticker, Gantungan Kunci.
2	Pergi beraktivitas	Jalan	Poster, Stiker, *T-shirt*, Spanduk, Poster, *Tote-bag*.
3	Tempat beraktivitas	Kampus, Kantor, Tempat Umum	Poster, Stiker, *Flyer*, *Smartphone*,*Tote-bag.*
4	Istirahat	Café, warteg, kantin	*Smartphone*, Spanduk, Sticker, Poster, Sticker
5	Jalan – jalan	Mall, Toko pakan ayam, Toko / Galleri Ayam Hias, Acara komunitas	*Flyer*, *X-banner*, Poster, Sticker, *T-shirt*, *Tote-bag.*
6	Pulang	Rumah	*Smartphone* , Mug, Sticker, Gantungan kunci

III.2 Strategi Perancangan

Menurut Umar, (seperti yang dikutip dari Marrus, 2001) menjelaskan strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada

tujuan jangka panjang, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Stategi perancangan disusun dari hasil suatu analisa yang diambil sesuai dengan pencarian solusi yang berdasarkan pada aspek-aspek pendekatan studi mengenai target audiens dan memiliki konsep ciri khas tersendiri dengan bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat untuk pecinta Ayam Serama. Maka penulis akan mengimplementasikan pengertian Marrus mengenai strategi perancangan yang dapat memberikan solusi dalam memecahkan permasalahan yang telah dianalisa dimana pecinta Ayam Serama sulit dalam mendapatkan informasi mengenai jadwal kontes Ayam Serama teraktual, terpencarnya informasi terkait merawat dan melatih Ayam Serama untuk siap kontes, serta kriteria penilaian kontes Ayam Serama melalui pembelajaran dan informasi yang akan dirancang pada media perancangan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan utama dari perancangan ini untuk memudahkan target audiens dalam mendapatkan infomasi terkait segala sesuatu mengenai kontes kecantikan Ayam Serama mulai dari, Kelas ayam yang biasanya dipertandingkan, kriteria penilaian dalam suatu kontes, membentuk ayam Serama untuk siap kontes, serta informasi mengenai acara kontes kecantikan ayam Serama yang teraktual.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam suatu proses penyampaian informasi dibutuhkan strategi yang dapat memudahkan khalayak khususnya target audiens dalam menerima dan mengerti isi dari pesan. Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan aplikasi Area Serama terbagi menjadi 2, yaitu:

III.2.2.1 Pendekatan Komunikasi Visual

Pendekatan visual yang ditampilkan dirancang menggunakan ilustrasi,dan foto agar audiens dapat mengerti pesan yang disampaikan dengan merancang illustrasi dan foto yang dapat mempermudah penyerapan pesan dari media ke pengguna media. Media informasi ini juga didukung dengan pendekatan pewarnaan dengan warna yang identik dengan *positioning* aplikasi yang dirancang.

III.2.2.2 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan verbal dalam peracangan ini munggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Penggunakan bahasa ini sesuai dengan target audiens yang berstatus kewarganegaraan Indonesia serta lebih mempermudah khalayak dalam memahami dan mencerna isi dari pesan yang disampaikan. Sedangkan Bahasa Inggris hanya digunakan pada media pendukung yang bersifat *online* atau memiliki daya jangkau luas dan hanya sebagai kalimat penjelas dari aplikasi yang dirancang. Strategi komunikasi verbal yang dilakukan pada media utama diantaranya dengan cara memberikan keterangan dan informasi penjelasan pada setiap pembahasan disetiap halaman agar mempermudah target audiens dalam mengetahui dari visual yang ditampilkan.

III.2.3 *Mandatory*

Dalam perancangan media informasi aplikasi Area Serama ini bekerja sama dengan beberapa pihak dari mengumpulkan informasi serta sebagai sumber informasi untuk media aplikasi ini. Pihak yang berwenang dalam perancangan media informasi ini adalah Serama Indonesia.



Gambar III.1 Logo Serama Indonesia
Sumber: http://www.seramaindonesia.com/wp-content/uploads/2015/05/Serama-Indonesia-Logo.png (diakses pada 11/06/2017)

Pemilihan Serama Indonesia sebagai *mandatory* bagi perancangan aplikasi Area Serama dikarenakan komunitas Serama Indonesia adalah komunitas Ayam Serama yang miliki keanggotan sebanyak 271 anggota pada tahun 2017 dan beberapa anggota di komunitas Serama indonesia adalah ketua komunitas Ayam

Serama diberbeda komunitas dan diharapkan dapat membawa suatu kepercayaan informasi yang dapat dipercaya dalam menyampaikan informasi mengenai merawat dan melatih Ayam Serama untuk siap kontes, serta kriteria penilaian kontes Ayam Serama .

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan pada perancangan ini berupa informasi seputar ayam Serama kontes, merawat dan melatih Ayam Serama untuk siap kontes, serta kriteria penilaian kontes Ayam Serama yang biasanya digunakan pada kontes serta membahas informasi mengenai hal yang terkait ayam Serama yang diharapkan dapat menginspirasi target audiens dalam memelihara Ayam Serama dan mengikuti acara kontes Ayam Serama.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang dipergunakan diantaranya adalah gaya bahasa:

- Deskripsi, yaitu pemaparan mengenai perincian tentang sesuatu.
- Eksemplifikasi, yaitu penjabaran dengan menggunakan sebuah contoh illustrasi/foto.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan aplikasi Area Serama ini menggunakan rumus AISAS:

- ***Awarness*** (mengetahui)

  Untuk meningkatkan kesadaran target audiens akan kehadiran aplikasi Area Serama, pada rilis pertama untuk aplikasi Area Serama akan diiringi dengan kontes BST III yang biasanya diadakan setahun sekali di Kota Bandung. Dengan adanya acara yang akan mengumpulkan khalayak terutama target audiens, maka tingkat kesadaran target audiens akan aplikasi Area Serama akan meningkat. Seiring dengan rilis pertama aplikasi yang diiringi kontes BST III, startegi berikutnya akan diterapkan di media sosial yang biasanya dijadikan para pecinta Ayam Serama dan

target audiens bertukar informasi untuk meningkatkan kesadaran target audiens akan kehadiran aplikasi Area Serama.

- ***Interest*** (minat)

  Fitur berita atau inspirasi dan jadwal acara kontes pada halaman utama aplikasi akan memberikan informasi kepada khalayak terutama target audiens dengan mengutamakan informasi yang teraktual terkait ayam Serama dan jadwal kontes ayam Serama. Dengan adanya informasi terbaru, target audiens akan tertarik untuk mendapatkan informasi secara berkala dan menunggu informasi berita terkait informasi ayam Serama dan jadwal acara kontes Serama terbaru yang akan di upload oleh admin.
- ***Search*** (mencari)

  Untuk mempermudah penyebaran informasi mengenai aplikasi Area Serama, perancangan ini menggunakan media promosi yang akan disebarkan di tempat dimana target audiens sering berkunjung, seperti tempat jual beli pakan ayam dan tempat yang biasanya ramai dilewati khayak seperti pertigaan jalan. Selain itu, promosi yang akan digunakan juga menggunakan media promosi *online* yang akan dipasang pada *website* dan media sosial yang telah dijadikan para pecinta ayam Serama dan target audiens sebagai wadah khusus untuk membahas Ayam Serama, seperti *Fan Page* jual beli ayam Serama Bandung pada *website* Facebook, dan *website-website* yang memiliki keterkaitan dengan ayam Serama.
- ***Action*** (tindakan)

  Dengan adanya Fitur *push notification* pada aplikasi Area Serama secara tidak langsung dapat diartikan seperti membujuk target audiens agar selalu mengingat aplikasi Area Serama apabila ada berita terbaru yang telah diupload. *Push Notification* ini akan muncul pada halaman utama *smartphone* android pengguna apabila ada informasi terbaru dan kontes-kontes terbaru.
- ***Share*** (berbagi)

  Fitur share merupakan sebuah fitur yang bisa dijadikan pengantar untuk para pengguna aplikasi/ target *audiens* saling barbagi informasi mengenai

Ayam Serama mulai dari informasi kontes, informasi jadwal kontes, perawatan serama maupun membangun serama siap kontes. Fitur *share* ini juga berkaitan dengan via facebook. Alasan kenapa memilih media sosial facebook untuk berbagi konten adalah, karena target audiens lebih banyak memilih Facebook sebagai suatu media yang dapat mempermudah dalam berbagi informasi secara masal mengenai Ayam Serama. Hal ini memberikan manfaat dalam menyebar luaskan informasi bagi target audiens yang belum mengetahui tentang informasi tersebut.

III.2.6.1 *Copywritting*

Strategi *copywriting* yang diterapkan pada perancangan seperti judul yang dipilih untuk menamai aplikasi adalah "Area Serama". Penggunaan kata "Area Serama" dalam perancangan aplikasi bertujuan untuk memposisikan aplikasi sebagai aplikasi komunitas pecinta Ayam Serama secara umum. Menurut KBBI, "Area" memiliki arti, daerah ataupun wilayah geografis yang digunakan untuk keperluan khusus. Keperluan khusus yang dimaksudkan adalah wilayah cakupan yang bersifat global seperti cakupan akses aplikasi perancangan, dan kata "Serama" pada judul aplikasi yang mewakili arti dari pembahasan inti dari materi informasi. Berikut penggunaan teks dan kalimat yang di gunakan dalam perancangan :

- Kalimat Pendukung

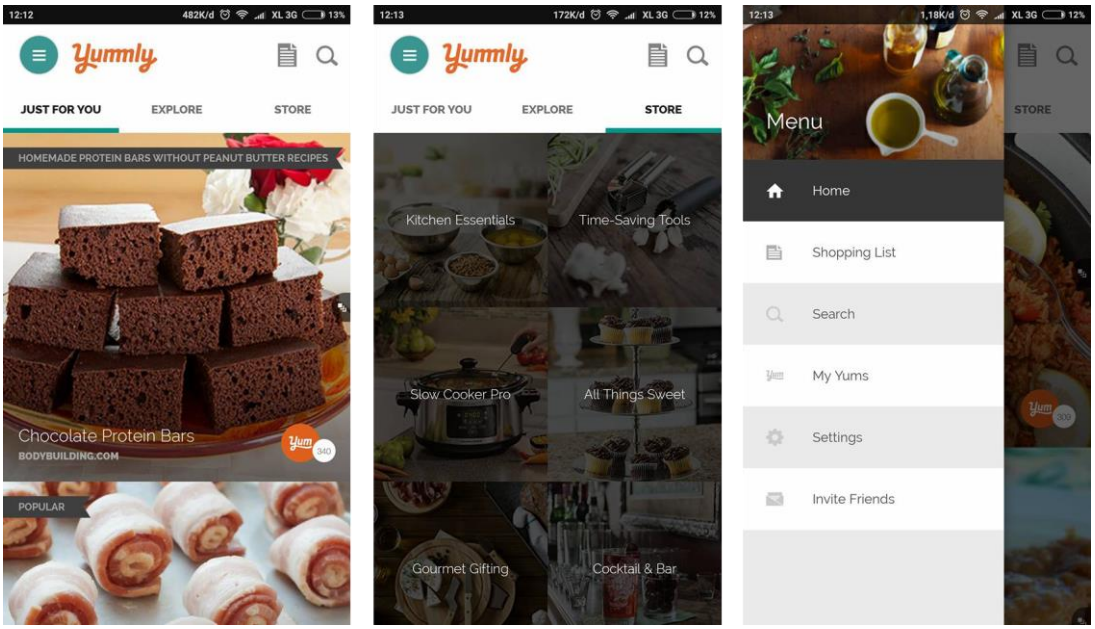
  Kalimat pendukung seperti "Persiapkan Serama Anda Untuk Kontes Berikutnya" dipergunakan untuk media pendukung sebagai kalimat deskriptif yang diharapkan dapat menginformasikan pada khalayak maksud dan tujuan dari aplikasi Area Serama.

- Kalimat Penjelas

  Kalimat penjelas yang digunakan pada aplikasi Area Serama ini menggunakan bahasa inggris yang mudah dimengerti, contohnya adalah "*Phone App*" yang artinya "Aplikasi Handphone". Tujuan kalimat tersebut adalah memperjelas suatu format dari Area Serama yang dimaksud, dan penggunaan kalimat " *Phone App*" hanya digunakan pada media pendukung *online* ataupun Stiker yang memiliki jangkauan luas dengan media yang berukuran kecil dalam mencapai target audiens.

III.2.6.2 Visualisasi

Tampilan visual yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan foto dan ilustrasi, sebelum foto di aplikasikan pada perancangan atau *layout* akhir, foto dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan perancangan. Perancangan aplikasi Area Serama menggunakan aplikasi Adobe Illustrator CC. Sedangkan referensi visual yang dijadikan sebagai salah satu metode perancangan sebagai identitas visual sebuah aplikasi android diambil dari aplikasi Yummly yang memiliki kegunaan atau *positioning* sebagai aplikasi yang dapat mempermudah pengguna dalam mendapatkan resep makanan atau minuman secara *online*.



Gambar III.2 Referensi visual dan *layout*
Sumber : https://play.google.com/store/apps/details?id=com.yummly.android&hl=en (diakses pada 11/06/2017)

III.2.7 Strategi Media

Media yang dipergunakan akan ditekankan pada kemudahan dari penyerapan informasi mengenai Ayam Serama Kontes. Pada aplikasi Area Serama, pengguna dapat mendaftarkan acara kontes serama agar dapat mempermudah pengguna atau penyampai pesan dalam menyampaikan informasi keberadaan acara kontes Serama yang akan diselenggarakan. Dengan mengisi formulir pada halaman yang disediakan, informasi mengenai acara kontes Ayam Serama yang telah di-*upload* pengguna akan diperiksa oleh admin mengenai kebenaran informasi tersebut

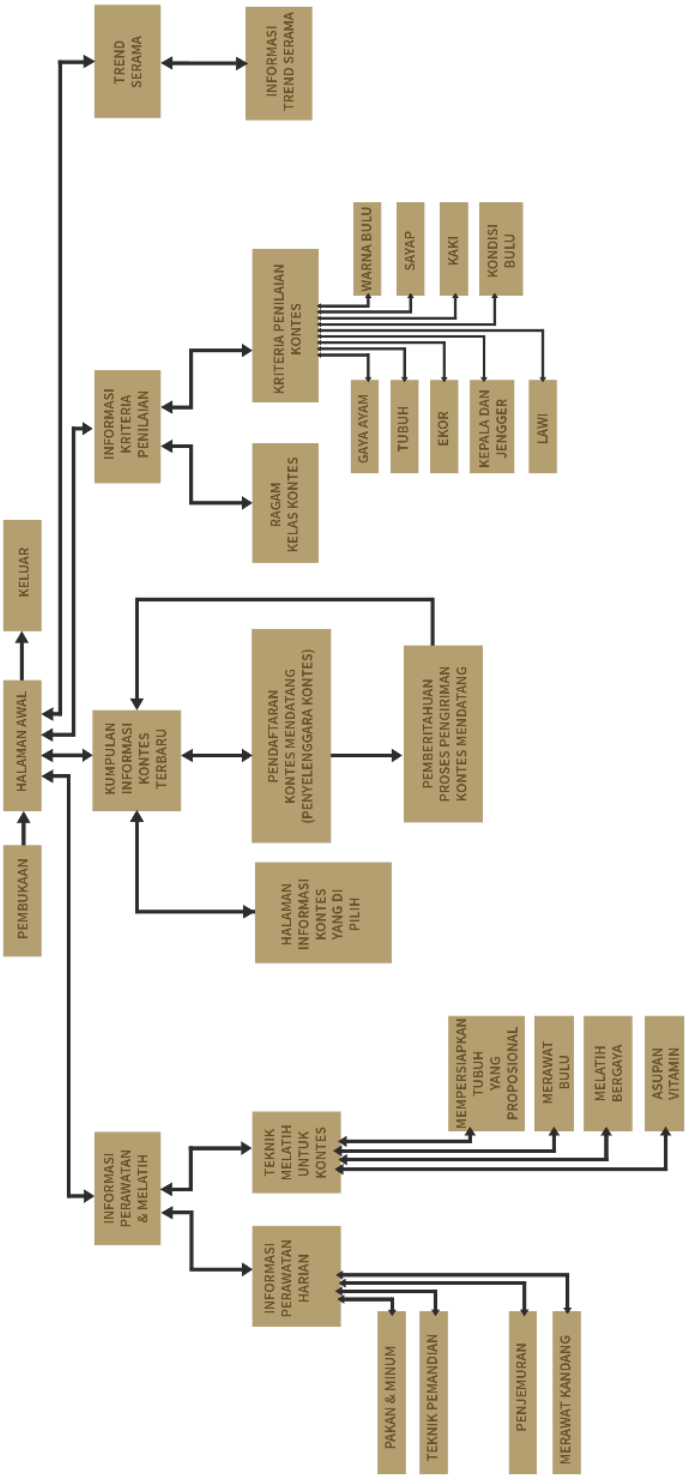
sebelum di-*upload* ke aplikasi Area Serama. Untuk media utama aplikasi Area Serama, aplikasi Area Serama akan dibuat menjadi dua versi, yaitu versi gratis dan versi berbayar.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama dalam perancangan ini akan menggunakan aplikasi berbasis Android. Pemilihan media aplikasi berbasis Android disesuaikan dengan target audiens yang merupakan pengguna *gadget* yang memiliki kebiasaan berkomunikasi melalui media sosial ataupun teknologi modern yang banyak digunakan oleh masyarakat yang berada diperkotaan khususnya Kota Bandung dengan memiliki sistem operasi Android. Pengertian aplikasi menurut Hendrayudi (seperti yang dikutip dari Fachrizal, 2015) adalah kumpulan perintah program yang dibuat untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan tertentu (khusus). Sedangkan pengertian Android yaitu merupakan perangkat bergerak pada sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis Linux (Arifianto, 2011, h.1). Dapat disimpulkan bahwa Android adalah kumpulan perintah program berbasis Linux pada sebuah sistem operasi seluler yang dibuat untuk melakukan pekerjaan tertentu. Dengan target audiens yang merupakan pengguna *gadget* yang memiliki kebiasaan berkomunikasi melalui media sosial ataupun teknologi modern, pemilihan aplikasi android sebagai media utama dapat menjadi media yang efektif dilihat dari permasalahan sulitnya menemukan dan terpencarnya informasi jadwal kontes teraktual mengenai Ayam Serama.

III.2.7.2 Sistem Navigasi

Navigasi adalah bagian dari rancangan yang berguna untuk memandu pengguna menjelajahi isi dari media perancangan dan membantu pengguna pada isi yang ingin dicari. Navigasi yang dibuat memiliki fungsi yang dapat diakses kesetiap halaman selanjutnya atau sebelumnya agar memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Terdapatnya konten – konten yang dapat membawa pengguna langsung kepada halaman yang berisikan bahasan konten tersebut.

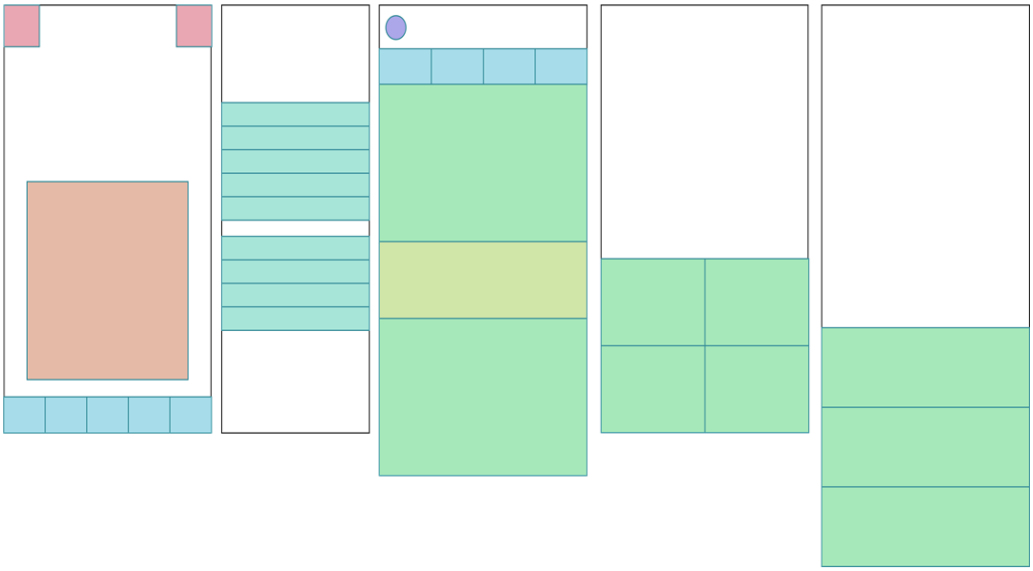


Gambar III.3 Navigasi Aplikasi Area Serama
Sumber : Dokumen Pribadi

III.2.7.4 *Wireframe*

Wireframe 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. *Layout* adalah tata letak elemen – elemen desain terhadap suatu bidang dalam suatu media untuk menentukan konsep atau pesan yang didalamnya (Rustan, 2014, h.0).



Gambar III.4 Tata Letak yang digunakan Dalam Perancangan

Sumber : Dokumen Pribadi

III.2.7.5 Media Pendukung

Adapun media pendukung dari strategi perancangan aplikasi Area Serama yaitu :

- Poster

  Poster berukuran A3 yang berisikan informasi – informasi tentang kehadiran aplikasi Area Serama dan adanya acara BST III yang akan diselenggarakan. media promosi yang akan ditempelkan pada toko pakan ayam atau tempat berkumpulnya komunitas pecinta Ayam Serama.

- *Flyer*

  Flyer merupakan sebuah surat edaran dalam bentuk iklan kertas. *Flyer* dibuat sebagai salah satu media pendukung yang dapat disebarkan pada saat adanya *event* Ayam Serama yang sedang berlangsung.

- Tiket

  Tiket digunakan sebagai tanda masuk pada acara BST III dan *launching* aplikasi Area Serama. Tiket yang akan dirancang berguna sebagai nomor urutan peserta kontes dalam mengikuti kontes kecantikan Ayam BST III.

- *Photo Booth*

  Photo Booth digunakan pada saat kontes BST III berlangsung dan diharapkan dapat mencuri perhatian khalayak yang berada disekitar *booth* aplikasi Area Serama. *Photo Booth* berbentuk persegi panjang yang menyediakan latar belakang atau *background* BST III dan aplikasi Area Serama untuk berfoto atau mendokumentasikan kehadiran mereka pada *event* kontes BST III.

- Gorden Meja Ayam Kontes

  Gorden meja akan digunakan disaat kontes Ayam Serama BST III diadakan. Gorden meja digunakan bertujuan untuk dapat mencuri perhatian khalayak dan target audiens ketika sesi penilaian kontes berlangsung (untuk para peserta kontes). Ketika para peserta Ayam Serama dipersilahkan untuk memamerkan Ayam Serama yang akan di nilai oleh juri, Peserta akan meletakan Ayam Serama pada meja yang beralaskan karpet hijau dan dilengkapi dengan tirai meja yang telah dirancang untuk menghiasi meja yang telah disiapkan.

- Spanduk

  Spanduk akan digunakan sebagai media informasi yang bertujuan untuk menginformasikan bahwa aplikasi Area Serama telah hadir dan bisa digunakan.

  Spanduk ini akan digunakan pada acara BST III berlangsung, selain digunakan ketika acara BST III berlangsung, Spanduk juga dipasang dipinggir jalan terutama diperempatan atau pertigaan jalan yang memiliki jumlah kepadatan lalulintas kendaraan yang tinggi, lalu spanduk ini dipasang pula pada acara kontes Serama lainnya.

- *Online advertisement*

  Online Advertisement merupakan strategi pemasaran melalui media *online.* Media pendukung yang akan digunakan untuk melakukan *online*

advertisement adalah media poster digital yang akan disebarkan melalui media sosial seperti Facebook, dan situs-situs *website* yang memiliki keterkaitan dengan Ayam Serama.

- Papan Figur

  Papan figur akan digunakan sebagai media pendukung ketika *event* BST III berlangsung. Kegunaan papan figure yang berbentuk *smartphone* android tersebut diharapkan dapat mencuri perhatian khalayak maupun target audiens ketika *event* kontes BST III berlangsung dan diharapkan dapat menyampaikan pesan berupa kehadiran aplikasi Area Serama yang sudah siap dipergunakan.

- *Merchandise*

  a) *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 pecinta Ayam Serama yang terpencar. *T-shi*rt diperuntukan bagi para penggemar yang sudah men-*download* dan membeli aplikasi yang telah dibuat.

  b) *Sticker*

     Sticker sebagai media pendukung yang akan diproduksi dalam bentuk persegi panjang. *Sticker* ini dapat ditempel dimana saja sebagai media promosi dan akan diberikan kepada penggemar yang sudah mengikuti kegiatan BST III.

  c) *Tote Bag*

     Tote Bag merupakan suatu tas yang banyak digunakan pada zaman sekarang. *Tote bag* biasanya dijadikan sebagai alat untuk membawa barang yang tidak terlalu berat. Pada perancangan aplikasi Area Serama, *Tote bag* akan dijadikan sebagai *merchandise* agar pengguna dapat selalu mengingat aplikasi Area Serama.

d) Kandang Serama Kontes

Kandang Serama kontes adalah kandang yang didesain khusus untuk membawa Ayam Serama untuk berpegian. Kandang ini biasa digunakan para pecinta Ayam Serama sebagai alat yang dapat mempermudah para pecinta Ayam Serama dalam membawa ayam Serama yang akan dikonteskan ataupun membawa Ayam Serama untuk berpergian.

e) Gantungan kunci

Gantungan kunci adalah salah satu *merchandise* yang akan digunakan sebagai media pengingat bagi khalayak ataupun target audiens. Gantungan kunci biasanya digunakan sebagai penanda suatu kunci ataupun barang yang memiliki ukuran yang kecil.

f) *Mug*

Mug adalah suatu barang yang digunakan sama seperti layaknya gelas. *Mug* ini akan digunakan sebagai *merchandise* bagi khalayak ataupun media pendukung disaat kontes BST III berlangsung. *Mug* akan digunakan sebagai gelas yang akan diletakan pada meja juri.

g) Topi

Topi salah satu barang yang akan dijadikan *merchendise* pada saat acara BST III berlangsung. Topi akan digunakan sebagi media pengingat bagi khalayak ataupun target audien

III.2.8 Strategi Distribusi & Pendukung

Strategi distribusi dilakukan dengan cara mengunggah aplikasi melalui situs Google Playstore. Aplikasi yang akan diunggah dibuat menjadi dua versi, yaitu *free version* (gratis) dan *pro version* (berbayar). Versi gratis memiliki hak untuk mengakses permintaan berita terbaru dan konten-konten berita kontes terbaru selama 1 bulan pertama. Pada bulan kemudian ID pengguna akan terblokir (ID pengguna adalah IMEI *Smartphone*) dan konten berita mengenai kontes tidak dapat diakses. Untuk membuka seluruh akses maka dibutuhkan pemutakhiran aplikasi menjadi versi berbayar. Versi gratis dibuat sebagai sampel dan sebagai strategi agar khalayak sasaran tertarik untuk mengunduh aplikasi versi *pro*.

Metode pembayaran untuk aplikasi ini menggunakan sistem *subscription*, yaitu menggunakan metode pembayaran bulanan. Pembayaran yang dilakukan oleh pihak pengguna akan melalui pihak Google Play dengan metode pembayaran yang beragam, melalui pulsa *smartphone* pengguna, kartu kredit, ataupun dengan kode Google Play yang terdapat di supermarket dan minimarket. Pembagian *share* yang diterapkan akan mengikuti aturan yang telah disediakan dari pihak Google Play sebesar 30/70 (30% untuk Google dan 70% untuk mandatori yang diwakilkan melalui akun Area Serama). Adapun perbedaan fitur-fitur antara *free version* dan *Pro version* yang akan didapat pada kedua versi yaitu sebagai berikut:

Tabel III.2 Akses Pengguna Terhadap Fitur Aplikasi
Sumber : Dokumen pribadi

Fitur	*Expired Free Version*	*Trial* 1 bulan (*Free Version*)	*ProVersion*
Akses berita terkait Serama	×	✓	✓
Akses acara kontes terbaru	×	✓	✓
Push Notification	×	×	✓
Akses Informasi teknik-teknik membangun Serama siap kontes	✓	✓	✓
Akses Informasi mengenai penilaian pada saat kontes	✓	✓	✓
Akses Informasi mengenai kriteria kelas Serama	✓	✓	✓

Media utama akan diunggah pada layanan Google Playstore dimulai pada tanggal 7 Agustus tahun 2017. Selama satu bulan pertama akan diadakan periode promosi dimana pihak yang mengunduh aplikasi versi *Pro* hanya membayar dengan setengah harga dan diseleksi pada saat acara kontes BST III melalui tiket peserta untuk mendapatkan hadiah pilihan berupa *t-shirt, mug* ataupun *Totebag,* dan Kandang Kontes. Masing-masing pilihan hadiah tersebut sudah termasuk *Sticker*, dan gantungan kunci. Tujuan dari periode promosi dan memberikan *merchendise* ini adalah untuk memberitahukan masyarakat bahwa aplikasi sudah tersedia dan dapat di unduh di layanan Google Playstore, dan juga sebagai strategi agar masyarakat segera mengunduh aplikasi versi *Pro* agar mendapatkan bonus dengan edisi terbatas. Untuk memperluas area cakupan promosi, pada perancangan ini akan menggunakan *Online advertisement*. *Online advertisement* akan diterapkan pada situs media sosial seperti Facebook, dan situs yang memiliki keterkaitan dengan Ayam Serama, bersamaan dengan waktu pengunggahan media utama pada layanan Google Playstore. Alasan kenapa memilih media sosial Facebook sebagai menjadi strategi distribusi dalam menyampaikan pesan/promosi, dikarenakan sebagai besar pecinta Ayam Serama memiliki kecendrungan memilih situs media sosial Facebook sebagai sarana berkomunikasi, baik untuk personal maupun untuk berkomunikasi dalam area cakup komunitas. Konten dari *online advertisement* adalah berupa poster digital yang menginformasikan kehadiran aplikasi Area Serama. Media pendukung cetak berupa *Flyer*, poster dan stiker akan disebarkan pada komunitas pecinta Ayam Serama dan komunitas unggas lainnya dalam waktu dua bulan sekali dengan tujuan agar informasi mengenai kehadiran aplikasi dapat selalu tersebarkan. Sedangkan spanduk akan disebarkan pada bulan pertama sampai bulan desember. Untuk *T-shirt, Mug,* Kandang Kontes, dan Gantungan kunci akan dibagikan ketika penyelenggaraan kontes. Kontes pertama akan diselengarakan oleh Serama Indonesia dan komunitas BST (Bandung Serama Team), dengan tema acara BST III kemudian disusul pada bulan desember dengan menunggu perintah dari mandatori Area Serama yaitu Serama Indonesia melakukan kerjasama kepada pihak acara yang akan berlangsung pada bulan tersebut.

Tabel III.3 Tabel Waktu Distribusi Periode 2017-2018
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Media	Periode Waktu Distribusi Tahun 2017 - 2018					
	Agus	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Aplikasi						
Spanduk						
T-Shirt						
Mug						
Kandang Kontes						
Tote Bag						
Online Ads						
Flyer						
Sticker						
Gantungan Kunci						
Poster						
Photo Booth						
Gorden Meja						
X-Banner						
Topi						
Papan figur						

III.3 Konsep Visual

Konsep visual adalah langkah awal dalam merancang suatu media untuk memberi solusi dari permasalahan yang ditemukan. Pada perancangan ini, konsep visual yang akan dirancang akan berdasarkan dari analisa khalayak sasaran atau target audien.

III.3.1 Format Desain

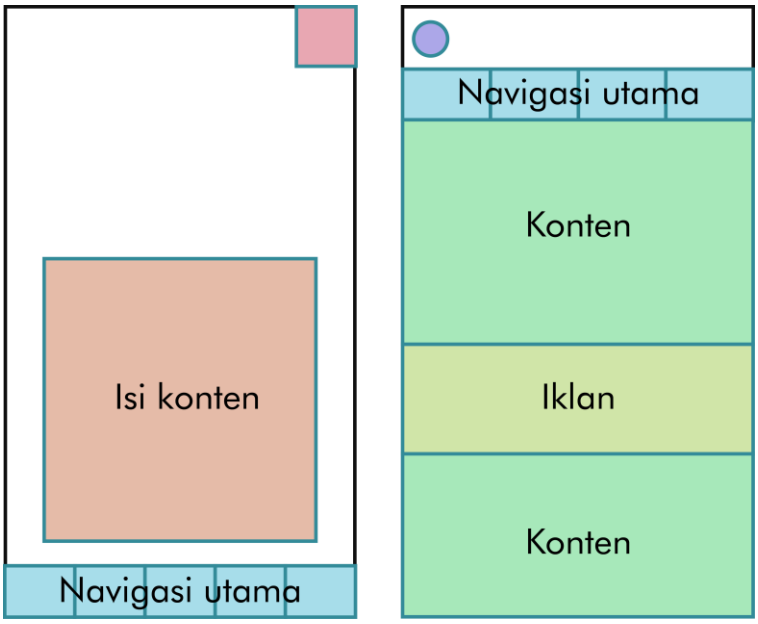
Format desain dalam perancangan aplikasi Android Area Serama disesuaikan dengan tampilan smartphone pada umunya. Dalam membuat desain yang baik dan

menarik diperlukan konsep untuk menentukan format desain yang akan dibuat. Format desain yang digunakan aplikasi Area Serama adalah sebagai berikut :

Media : *Smartphone* Android
Ekstensi : Apk (Android *package)* Android
Versi : Diatas Jelly Bean 4.1.2
Orientasi : *Potrait*, Resolusi 1920 x 1080px (6:19) 5 inchi

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tujuan merancang tata letak pada perancangan aplikasi Area Serama lebih menekankan pada aspek kemudahan dalam menyerap informasi yang disampaikan. Elemen yang digunakan pada perancangan tata letak ini adalah elemen fotografi, tipografi dan illustrasi visual ornamen flora yang mewakili identitas dari kota kelahiran Ayam Serama, yaitu Kota Kelantan. Berikut adalah contoh sketsa *wireframe* dalam tampilan sebuah halaman



Gambar III.5 Tata Letak aplikasi Area Serama

Sumber : Dokumen Pribadi

III.3.3 Tipografi

Pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengolaannya dapat menentukan keberhasilan dalam menyampaikan pesan pada suatu media. Berdasarkan

fungsinya, huruf dapat dipilah menjadi dua jenis, yaitu huruf teks (*text type*) dan huruf judul (*display type)* (Rustan, 2014). Penggunaan huruf pada konten – konten yang terdapat didalam aplikasi Area Serama ini adalah Lato Bold, Futura Book BT, Futura Heavy BT. Menurut Sihombing (2001) huruf *sans serif* dianggap sebagai pilihan sempurna karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik. Berikut contoh tipografi yang digunakan dalam perancangan :



a. Lato yang digunakan untuk judul isi pesan



b. Futura Book BT yang digukan untuk isi pesan



c. Futura Heavy BT yang digunakan untuk sumber penulis

Gambar III.6 Font yang digunakan Dalam Perancangan
(a.Lato b.Futura book BT c.Futura Heavy BT)
Sumber : Dokumen Pribadi

III.3.4 Fotografi

Menurut Dedi Nurhadiat (2004) “Ilustrasi berasal dari kata ilustrate (Latin) yang artinya menerangkan atau menjelaskan. Oleh karena itu, gambar yang berfungsi untuk memberi penjelasan atau memperindah penampilan suatu tulisan disebut gambar ilustrasi”. Fotografi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah seni dan penghasilan gambar dan cahaya pada film atau permukaan yang dipekakan. Sedangkan pengertian menurut bahasa Yunani, fotografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *photo* yang berarti cahaya dan *graphien* yang berarti gambar. Gambar yang digunakan pada perancangan aplikasi Area Serama ini menggunakan teknik fotografi. Penggunaan teknik ilustrasi foto ini bermaksud agar pembaca seolah-olah dapat melihat dan membayangkan langsung teknik ataupun informasi yang disampaikan. Foto yang digunakan untuk bagian isi konten menggunakan foto berformat *landscape* dan berukuran relatif. penggunaan format *landscape* dan berukuran relatif diharapkan dapat mengambarkan secara detail mengenai pesan yang disampaikan. Sedangkan fotografi yang digunakan pada halaman berita dan jadwal kontes harus mengambil foto atau poster dari narasumber ataupun menggunakan teknik *landscape* dan berukuran sesuai dari pesan yang disampaikan dengan ukuran foto dari sumber kutipan (untuk halaman Berita). Berikut ukuran yang digunakan dalam mengambil foto untuk aplikasi Area Serama:



Gambar III.7 Pengambilan *Shoot* Extreme *Close Up*

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar III8 Pengambilan *Shoot Close Up*
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar III.9 Pengambilan *Shoot Full Shoot*
Sumber : Dokumen Pribadi

- *Extreme Close Up*

  Pengambilan gambar sangat dekat, hanya menampilkan bagian tertentu pada tubuh objek. Fungsinya untuk kedetailan suatu objek.

- *Close Up*

  Ukuran gambar sebatas hanya dari ujung kepala hingga leher. Fungsinya untuk memberi gambaran jelas terhadap pesan yang disampaikan yaitu foto kepala dan jengger dengan pembahasan mengenai kepala dan jengger ayam Serama.
- *Full Shot*

  Pengambilan gambar *full shot* memiliki kegunaan untuk menjelaskan keseluruhan objek atau gaya yang sedang diperagakan oleh objek.

III.3.5 Studi Elemen Visual

Ornamen yang digunakan pada perancangan aplikasi Android Area Serama ini menggunakan ornamen flora "daun sayap" yang terdapat pada fentilasi horizontal di kediaman rumah Mohamad Dobah.



Gambar III.10 Motif Daun Sayap
Sumber : http://docsdrive.com/images/ansinet/jest/2014/fig4-2k14-236-244.jpg
(Diakses pada tanggal 25 Juni 2017)

Rumah Mohamad Dobah adalah salah satu rumah kediaman tua yang memiliki motif-motif yang diharapkan dapat mewakili ciri khas dari kota kelahiran Ayam Serama yaitu Kota Kelantan. Tidak ada yang menyerupai motif tersebut walaupun negara tetangga seperti Indonesia dan Thailand memiliki tumbuhan yang sama.

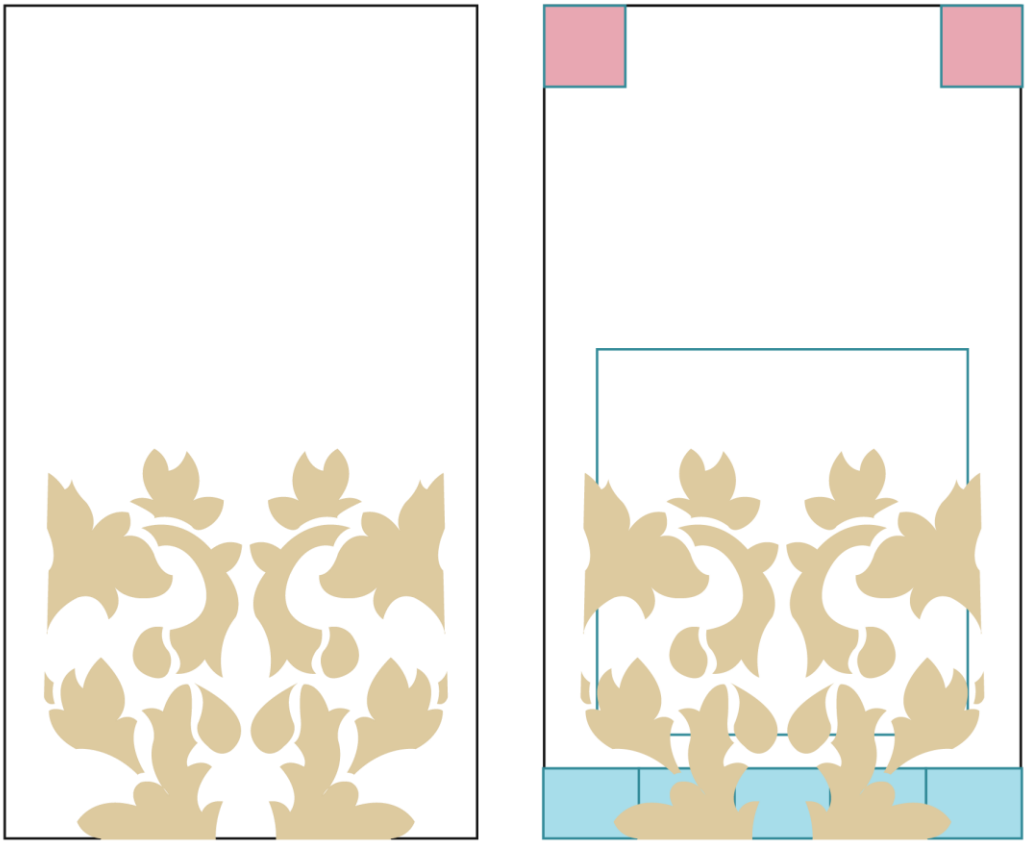
Utaberta & Abubakar (2014) Berpendapat bahwa :

It is not impossible such as in Thailand, often claimed to be a pioneer in carved industry at Terengganu and Kelantan because they have the same plants but the style of Artwork and the workmanship in wood carving that determines the identity for each carvers.

Tabel III.4 Waktu Berdiri Rumah yang Memiliki Motif Ciri Khas di Kelantan Dan Terewangu
Sumber : http://docsdrive.com/images/ansinet/jest/2014/fig1-2k14-236-244.gif
(Diakses pada tanggal 25 Juni 2017)

No.	Owner	Year	Address
1	Tok Ku Paloh house	1800	D62, MakamTok Ku, CabangTiga, Kuala Terengganu
2	HjNikSalleh Wan Ahmad house	1800	Kg PulauPanjang, Kota Bharu, Kelantan
3	Puan Wan CikbtSulaimanhouse	1880	BesidesPerkuburanTokTumpat, Tumpat, Kelantan
4	Wan Sulonghouse	1920	JlnSultanahZainab, Kota Bharu
5	Mariam Mat house	1880	168, Kg. Hiliran Masjid, Kuala Terengganu
6	Abdul Rahim Enduthouse	1900	Tanjong, Kuala Terengganu
7	Wan Embong Wan Awanghouse	1890	PulauDuyungBesar, Kuala Terengganu
8	HajjahWan Mekhouse	1800	Kg DalamRhu, Tumpat, Kelantan
9	MohamadDobah house	1850	1408, Jln Post Office Lama, Kelantan
10	TengkuNik house	1880	Kuala Terengganu, Terengganu
11	CikTeh house	1880	Kuala Terengganu, Terengganu
12	HjCheSidik house	1820	Kg. Penambang, Kota Bharu, Kelantan
13	En. Hussein house	1850	Rumah En. Hussein, 1409, Jln Post Office Lama, Kelantan

Ornamen visual ini akan dibuat menjadi format *vector* dan disederhanakan dari warna dan bentuk agar dapat menjadi satu kesatuan pada perancangan aplikasi Area Serama. Untuk peletakan ornamen visual yang mewakili kota kelahiran Ayam Serama tersebut akan diletakan di bagian isi dari konten agar dapat dilihat pengguna aplikasi

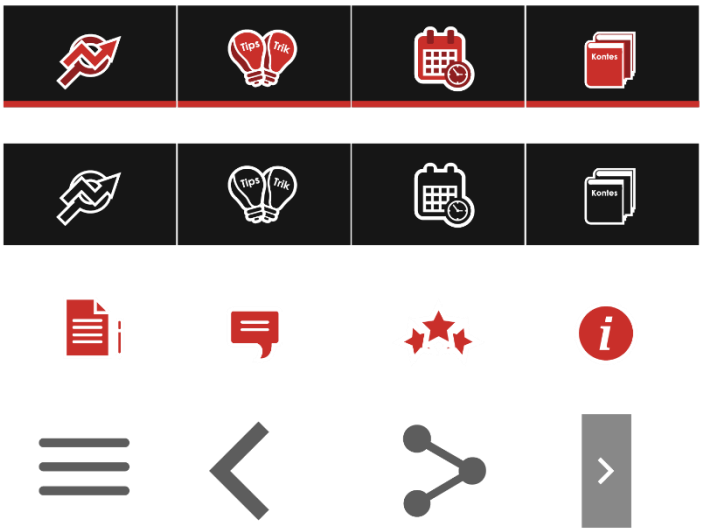


Gambar III.11 Contoh Peletakan Elemen Visual
Sumber : Dokumen Pribadi

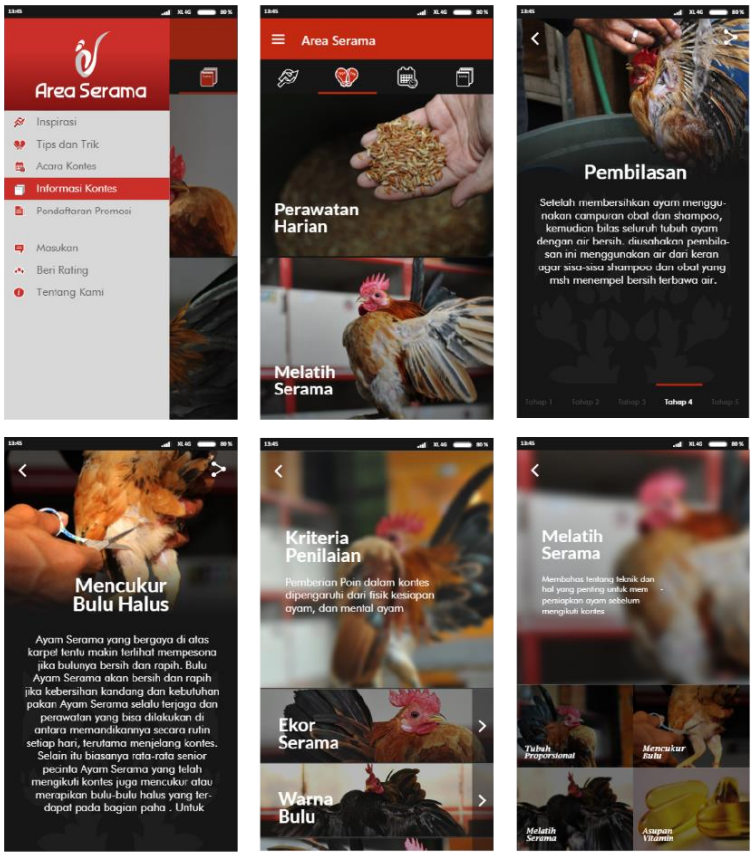
III.3.5.1 *User Interface*

User Interface konten yang digunakan dalam perancangan aplikasi Area Serama ini tediri dari *button* dan *icon* yang mewakili dari pesan *button* yang disampaikan. Charles Sander Pierce (seperti dikutip Kristiyanto, 2010) Ikon adalah suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya berupa hubungan berupa kemiripan. Jadi ikon adalah tanda yang dalam berbagai bentuknya menyerupai objek dari tanda tersebut.

Berikut beberapa tampilan *button* dan *icon* pada *Interface* aplikasi area serama yang digunakan, diantaranya sebagai berikut :



Gambar III.12 Tampilan *button*
Sumber : Dokumen Pribadi

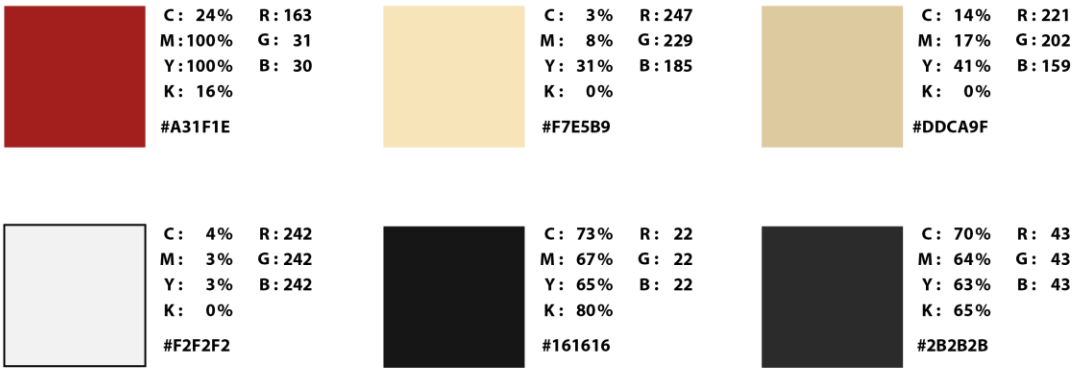


Gambar III.13 Peletakan *Interface* di halaman aplikasi
Sumber : Dokumen Pribadi

III.3.6 Warna

Dalam Perancangan aplikasi Area Serama, warna yang akan digunakan adalah warna yang memberi kesan elegan, dan semangat dikarenakan *positioning* aplikasi yang dirancang adalah "Bersiap untuk kontes Serama", dimana para pengguna akan menggunakan fitur dari aplikasi yang berguna membantu dalam membangun Ayam Serama kontes dan mendapatkan informasi mengenai kontes kecantikan Ayam Serama dengan atmosfer semangat dan bergairah dikarenakan telah dipermudahkan dalam mendapatkan langkah-langkah yang membuat pengguna dapat mengikuti kontes kecantikan Serama. Menurut Rustan (seperti yang dikutip Arianto, 2016) beberapa kesan yang ditimbulkan oleh warna-warna adalah sebagai berikut :

- **Merah** : Suci, tulus, energy, kuat, gairah, gembira, panas.
- **Coklat** : Tenang, Alam, Makhluk hidup, stabil.
- **Hitam** : Baru, modern, misteri, Elegan, Serius, kesatuan.
- **Putih** : Suci, netral, damai, simple, kehidupan.
- **Abu-Abu** : Dapat diandalkan, keamanan, elegan, rendah hati, rasa hormat.



Gambar III.14 Warna yang digunakan Dalam Perancangan
Sumber : Dokumen Pribadi

III.3.7 Logo

Konsep pembuatan logo pada perancangan aplikasi Area Serama merupakan pecahan dari *Positioning* aplikasi Area Serama yaitu "Bersiap Untuk Kontes

Serama. Berikut penjelasan mengenai tahap yang dilalui dalam merancang logo aplikasi Area Serama:

1. ***Positioning***

   Aplikasi Area Serama akan menginformasikan mengenai merawat dan melatih Ayam Serama untuk siap kontes, serta kriteria penilaian kontes Ayam Serama yang diketahui misi dan harapan dari isi aplikasi yang akan disampaikan terhadap target audiens adalah "Bersiap Untuk Kontes Serama".

2. ***Key Word***

   Setelah menentukan *positioning* pada aplikasi Area Serama, langkah berikutnya adalah memecah belah *positioning* dengan bertujuan agar dapat menemukan elemen-elemen yang diharapkan dapat mewakilkan atau menggambarkan kesan visual yang akan diterapkan dalam merancang logo aplikasi Area Serama. Pemecangan yang dilakukan terhadap kalimat "Bersiap Untuk Kontes Serama" adalah Bersiap, Kontes, Serama.

3. ***Brainstroming***

   Pada tahap *brainstroming*, kalimat yang telah dipecah akan diproses *brainstorming* untuk menemukan *key visual* yang akan digunakan dalam merancang logo aplikasi Area Serama.



Gambar III.15 Hasil *Brainstorming*
Sumber : Dokumen Pribadi

4. ***Key Visual***

Setelah menemukan *key word* yang akan digunakan, tahap berikutnya adalah menemukan *key visual* yang akan digunakan untuk membentuk kesatuan logo.



Gambar III.16 *Key visual* yang digunakan dalam perancangan logo aplikasi Area Serama
Sumber : Dokumen Pribadi

Seteleha menentukan *key visual*,tahap berikutnya adalah menggabungkan elemen visual dan membuat satu kesatuan yang akan digunakan menjadi logo aplikasi Area Serama.



Gambar III.17 Logo Aplikasi Area Serama
Sumber : Dokumen Pribadi