

## **BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

### **III.1 Khalayak Sasaran**

Dalam pembuatan media informasi khalayak sasaran adalah salah satu hal yang penting agar media informasi tersampaikan dengan baik, menurut McQuail & Windhal (1993) mendefinisikan khalayak sasaran sebagai sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye. Dapat diambil kesimpulan jika khalayak sasaran adalah sekelompok orang yang dijadikan target untuk suatu kegiatan. Berikut khalayak sasarannya:

a. Demografis

Menurut Guillard A. (dalam Iskandar, 1994) demografis dapat diartikan sebagai tulisan atau gambaran tentang penduduk, terutama tentang kelahiran, perkawinan, kematian dan migrasi. Demografi meliputi studi ilmiah tentang jumlah, persebaran geografis, komposisi penduduk, serta bagaimana faktor faktor ini berubah dari waktu ke waktu.

Usia : Usia 20-25 tahun. Piaget (seperti dikutip Santrock, 1996) umur 11 - dewasa, adalah masa diseseorang sudah bisa belajar tentang menyelesaikan suatu masalah.

Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan.

Pendidikan : SMA, karena pada jenjang ini sudah dapat membaca dan memiliki telepon genggam dan sudah bisa menarik kesimpulan sendiri.

Status Ekonomi Sosial : Menengah ke atas, Karena pada status sosial tersebut pengetahuan dan alat untuk bisa memiliki informasi yang lengkap dapat tercapai.

Gaya Hidup : Modern, karena masyarakat yang mempunyai gaya hidup modern sudah dapat dipastikan mempunyai telepon genggam karena mengikuti perkembangan teknologi.

#### b. Psikografis

Psikografis dari media informasi ini adalah masyarakat yang melakukan begadang yang sudah masuk kategori dewasa awal. Piaget (seperti dikutip Santrock, 1996) umur 11 – dewasa, mempunyai psikologi (sikap) saat masa seseorang sudah bisa belajar tentang menyelesaikan suatu masalah.

#### c. Geografis

Khalayak sasarnya seluruh Indonesia, dikarenakan begadang adalah kegiatan yang pernah dilakukan oleh hampir semua masyarakat. Selain itu, permainan telepon genggam sendiri bisa diluncurkan dalam skala nasional bahkan dunia.

### **III.2 Strategi Perancangan**

Media Informasi mengenai begadang bagi kesehatan tubuh akan menggunakan media telepon genggam berupa *game* berbasis android. *Game* ini sendiri akan dibuat agar menjadi *game* yang tergolong mudah, karena pada dasarnya *game* sendiri seharusnya menghibur. Menurut Fauzi A (seperti dikutip Ridoi, 2018) *game* merupakan suatu bentuk hiburan yang seringkali dijadikan sebagai penyegar pikiran dari rasa penat yang disebabkan oleh aktivitas dan rutinitas kita. Tujuan *game* ini agar khalayak sasaran bisa memilih makanan yang baik dikonsumsi saat begadang dan mendapat informasi tentang begadang. Dengan media informasi ini diharapkan khalayak sasaran dapat lebih memperhatikan asupan makanan dan minuman yang masuk ke dalam tubuh saat begadang.

#### **III.2.1 Tujuan Komunikasi**

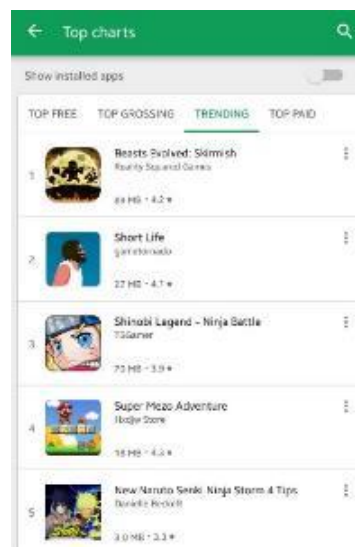
Tujuan komunikasi sangat penting ketika akan membuat sebuah perancangan media informasi. Tujuan komunikasi sendiri berguna untuk memperjelas kenapa media informasi itu diciptakan atau dibuat. Tujuan dari media informasi ini adalah agar khalayak sasaran bisa memilih makanan yang baik dikonsumsi saat begadang, agar memperkecil resiko terkena penyakit. Karena hal tersebut sangat berpengaruh bagi kesehatan tubuh khalayak sasaran.

### III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Menurut Hoveland (seperti dikutip Wiryanto, 2004) Komunikasi adalah proses dimana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu lain. Media informasi berupa *game* adalah sarana komunikasi yang bisa menyentuh hampir semua umur. Seperti contohnya *game* Mobile Legends yang di mainkan dari anak kecil hingga dewasa. Seperti dilansir oleh Erlangga dalam Daily Social (2015), Mobo Market riset pada tahun 2014, *game* merupakan aplikasi favorit yang di unduh sebanyak 43% oleh pengguna Mobo Market. Selain itu, *game* yang di unduh adalah *game* ringan yang tergolong mudah seperti casual dan arcade *game* sebanyak 16%.

#### a. Pendekatan Visual

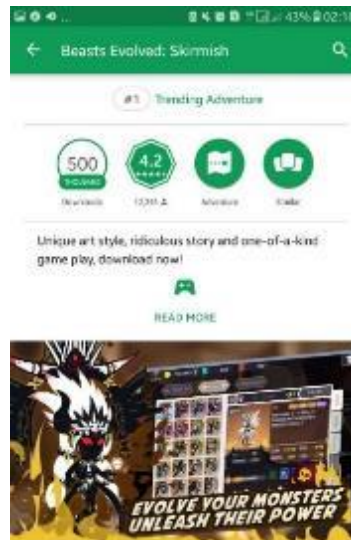
Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan media informasi berupa *game* ini mencampurkan dua gaya visual yaitu *flat design* dan ilustrasi digital, dikarenakan *game* yang akan dibuat berjenis *game* 2D (2 Dimensi). *Flat design* dipilih karena *top chart adventure game* di play store sendiri memakai *flat design*, ini bisa jadi salah satu faktor keberhasilan saat *game* diluncurkan dan pada poin-poin tertentu terdapat beberapa ilustrasi digital karena dapat membuat tampilan dari *game* ini sendiri menjadi lebih menarik dan keren untuk dimainkan.



Gambar III.1 Posisi 5 *Game* Teratas Petualangan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Dari gambar III.1 dapat dilihat posisi 1 diisi oleh *game* bergaya *flat design*. Gaya visual sendiri bisa menjadi salah satu faktor khalayak sasaran menyukai suatu *game*.



Gambar III.2 *Game* Bergaya *Flat Design*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Dari gambar III.2, *game* berjudul *Beasts Evolved: Skrimish* termasuk jenis *game* petualangan berbentuk *Side-Scrolling* menduduki posisi ke *1 top chart adventure game* pada tanggal 2 Juni 2018 memakai gaya *flat design*. Oleh karena itu, diharapkan dengan memakai gaya visual *flat design game* yang akan dibuat bisa disukai semua khalayak sasaran.

b. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang akan digunakan adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia non-formal, hal ini dikarenakan agar cerita dalam *game* bisa lebih menarik dan tidak kaku.

c. Pendekatan Audio

Dalam *game* ini pendekatan audio yang akan digunakan adalah musik instrumental. Musik instrumental sendiri dipilih karena sangat cocok dengan suasana *game* apapun. Diharapkan dengan adanya audio bisa membuat *game* terasa lebih menarik dan tidak membosankan.

### **III.2.3 Mandatory**

Perancangan media *game* GaDangers! bekerja sama dengan *game engine/game development platform* yaitu Unity. Unity adalah *software game engine* yang sudah ada lama sejak tahun 2005. Unity juga sekarang sudah sangat terkenal, dengan bukti bahwa banyak sekali *game* di playstore yang dibuat menggunakan Unity. Dengan ini diharapkan dapat membawa dampak positif tentang *game* GaDangers! Dapat lebih mudah dipercaya dan disambut baik oleh masyarakat dari segi kualitas *gamenya* itu sendiri.

### **III.2.4 Materi Pesan**

Materi pesan yang akan disampaikan dalam *game* petualangan berbentuk *Side-Scrolling* ini ialah tentang asupan makanan dan minuman yang baik saat melakukan begadang dan beberapa informasi tentang begadang. Materi pesan ini bermaksud untuk memberikan informasi betapa pentingnya khalayak sasaran memilih makanan dan minuman yang baik dikonsumsi saat begadang.

### **III.2.5 Gaya Bahasa**

Bahasa yang akan digunakan dalam *game* ini adalah bahasa Indonesia non-formal. Hal ini bertujuan agar bisa membuat *game* menarik dan tidak kaku. Gaya bahasa yang akan digunakan adalah gaya bahasa penegasan yang bertujuan untuk menegaskan sesuatu hal. Selain itu gaya penegasan ini hanya dipakai pada beberapa poin dalam *game* saja, seperti pada bagian hal yang boleh dimakan saat begadang dan hal yang tidak boleh dimakan saat begadang. Majas yang akan digunakan majas pleonasme, Menurut Keraf (seperti dikutip Wicaksono, 2017, hal.291) pleonasme adalah semacam acuan yang mempergunakan kata-kata lebih banyak daripada yang diperlukan untuk menyatakan suatu gagasan atau pikiran. Berikut adalah contoh majas pleonasme yang menambahkan keterangan sudah jelas seperti “jangan begadang di malam hari jika tubuh kelelahan” penggunaan kata malam seharusnya tidak diperlukan karena pada dasarnya begadang memang dilakukan hanya di malam hari.

### III.2.6 Strategi Kreatif

Saat membuat suatu media informasi, diperlukan sebuah strategi kreatif agar bisa menarik perhatian audiens. Adapun strategi beberapa strategi kreatif yang akan digunakan sebagai berikut:

a. *Copywriting*

Copywriting diperlukan untuk membuat nama media informasi dan slogan dari media informasi tersebut. Nama media informasi yang akan dibuat bersumber pada *keyword*, nama media informasi game yang akan dibuat adalah berjudul “GaDangers!” yang berasal dari kata “Begadang”, dan “Dangers” yang memiliki arti bahaya. *Keyword* yang akan digunakan sendiri adalah kata begadang dan hal-hal yang berhubungan dengan malam hari. *Keyword* juga diperlukan untuk mempermudah saat melakukan pencarian tentang media informasi yang akan dibuat.

b. *Storyline*

Dengan membuat media informasi berupa *game Side-Scrolling*, diperlukan juga sebuah *storyline* agar *game* menjadi lebih menarik. Cara yang digunakan menggunakan teori dari Bryan Tillman yang menyatukan pembuatan karakter dan *storyline* berjudul *Creative Character Design-Focal Press (2011)*, sebagai berikut:

- *Karakter utama*

Wengi

*Who?* : Wengi adalah seorang remaja yatim piatu, yang mempunyai kebiasaan begadang. Saat malam hari saat orang lain tertidur pulas, Wengi selalu mengganggu warga. Satu alasan Wengi mengganggu warga adalah untuk mendapatkan perhatian warga, tetapi selalu gagal karena warga selalu memakluminya walaupun merasa sedikit kesal dengan sikapnya. Hingga di satu keadaan saat warga melakukan ritual tapa bisu untuk menyambut malam 1 Suro, Wengi mengganggu ritual itu, sehingga akhirnya Wengi terkena kutukan sehingga tubuhnya berubah menjadi hitam dan dia tidak bisa tidur selamanya.

*What?* : Wengi adalah anak remaja yang jahil yang mempunyai lompatan yang tinggi

*When?* : Latar waktu yang di ambil pada zaman dahulu kala tahun  
xxxx

*Where?* : Kota bernama Central Jowo

*Why?* : Setelah beberapa minggu tubuh Wengi merasakan akibat dari kutukan tersebut dia merasa tubuhnya melemah. Wengi pun merasa menyesal dengan hal yang dilakukannya. Kepala desa sadar bahwa Wengi sudah menyesal. Sehingga dia memberi tahu cara agar dia kembali ke wujud semula. Dengan cara tidak memakan makanan-makanan yang buruk bagi tubuhnya saat malam dan mengambil ramuan (makanan sehat) yang berada didalam hutan.

*How?* :

○ *Name* :

Wengi, Mempunyai arti malam dalam bahasa Jawa kasar

○ *Sex* :

Laki – laki

○ *Race* :

Manusia

○ *Habits* :

Nakal, suka begadang, memakan makanan yang tidak sehat (sebelum dikutuk)

○ *Health* :

Mempunyai kesehatan yang cukup buruk

○ *Talents Skill* :

Lompat yang tinggi

○ *Current Residence* :

Hutan

○ *Family Status* :

Yatim Piatu

- Karakter lain

Ngendi

*Who?* : Ngendi adalah salah satu warga disuatu desa, yang desanya sering diganggu oleh Wengi. Dia adalah anak dari kepala desa. Ngendi adalah karakter pendukung yang diutus oleh kepala desa untuk menjadi penunjuk jalan untuk Wengi, tetapi karena Ngendi memiliki sifat jahil, dia mempersulit perjalanan Wengi untuk menemukan ramuan itu.

*What?* : Ngendi adalah anak yang jago bersembunyi.

*When?* : Latar waktu yang di ambil pada zaman dahulu kala tahun  
xxxx

*Where?* : Kota bernama Central Jowo

*Why ?* : Selain jahil alasan Ngendi mempersulit perjalanan Wengi karena dia merasa kesal dengan sikap Wengi yang selalu mengganggu warga selama ini.

*How ?* :

- *Name* :

Ngendi, Mempunyai arti dimana dalam bahasa Jawa

- *Sex* :

Laki – laki

- *Talents Skill* :

Bersembunyi

- *Current Residence* :

Desa

- *Family Status* :

Anak Kepala Desa



### Kepala Desa

*Who?* : Kepala Desa adalah karakter pendukung yang memberitahu cara agar Wengi bisa kembali normal. Kepala Desa sangat bijak sehingga semua warga desa menghormatinya.

*What?* : Kepala Desa adalah pemimpin di Central Jowo

*When?* : Latar waktu yang di ambil pada zaman dahulu kala tahun  
xxxx

*Where?* : Kota bernama Central Jowo

*Why?* : Karena kepala desa adalah seseorang yang bijak dan pemaaf, sehingga dia menolong Wengi.

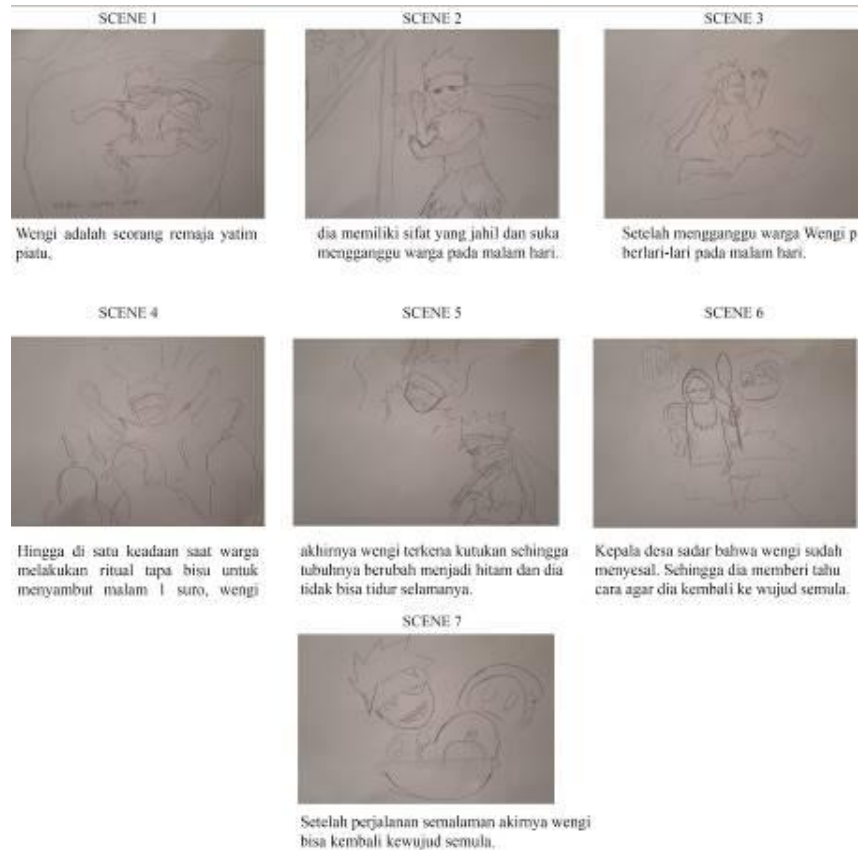
*How?* :

- *Sex* :  
Laki – laki
- *Current Residence* :  
Desa
- *Family Status* :  
Ayah dari Ngendi

Penokohan karakter –karakter tersebut menggunakan pendekatan bahasa Jawa karena banyaknya tradisi-tradisi Jawa yang dilakukan pada malam hari seperti njagong, sepasaran, maneges, dan malam 1 Suro, karena dengan adanya tradisi yang dilakukan pada saat malam hari bisa menjadi bahan pendukung untuk cerita dalam *game* ini sendiri.

#### c. *Storyboard*

*Storyboard* adalah kumpulan gambar yang disusun sesuai urutan. Dalam *game* GaDangers! terdapat beberapa cerita diawal yang tentunya akan lebih baik jika menggunakan *storyboard*.



Gambar III.3 Storyboard

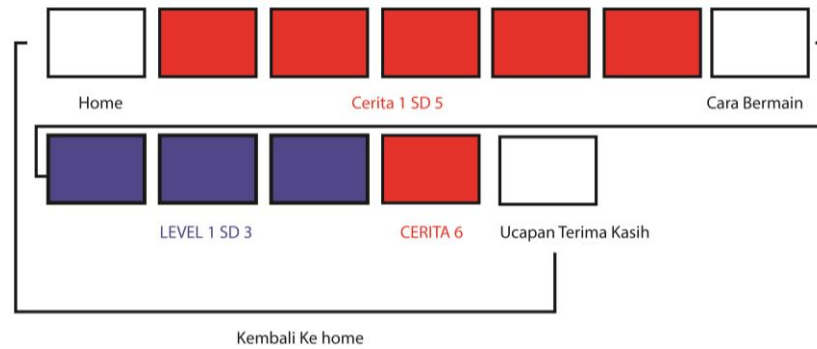
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

d. Visualisasi

Visualisasi yang digunakan dalam media informasi ini menggunakan teknik *flat design*. *Flat design* digunakan agar *game* simpel dan tidak rumit.

e. *Site Map*

*Site Map* adalah suatu alur dari sebuah media. Dalam media informasi *game* Gadangers, dimulai dari halaman utama, berlanjut kedalam cerita, setelah itu memasuki level 1 hingga level 3, dalam level 1 hingga 3 sendiri terdapat informasi informasi yang akan ditemukan oleh pemain yang memainkan *game* ini, dan di akhir *game* akan ada berupa ucapan terima kasih.



Gambar III.4 Site Map

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

### III.2.7 Strategi Media

Dalam Strategi media dibutuhkan strategi penyebaran yang baik, strategi ini diharapkan bisa menyampaikan media kepada khalayak sasaran dengan baik. Strategi yang dipakai adalah strategi AISAS. AISAS adalah singkatan dari *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*. Berikut strategi AISAS yang akan digunakan:

- a. *Attention* digunakan untuk menarik perhatian khalayak sasaran, dalam *game* GaDangers! Poster cetak dan iklan instagram akan menjadi bagian dari attention, poster dipasang di mading kampus, poster cetak tersebut hanya berisikan mata karakter utama dan mempunyai headline “Suka Begadang?”, begitu juga dengan iklan instagram memiliki konsep yang sama.
- b. *Interest* adalah tahap saat khalayak sasaran sudah tertarik, dengan mencantumkan media sosial dibagian attention, kemungkinan besar khalayak sasaran akan membuka media sosial tersebut, dalam media sosial tersebut ada beberapa informasi tentang begadang dan apa yang akan dirilis dalam waktu dekat dengan headline “Rahasia Begadang”. Media sosial yang digunakan adalah instagram dan facebook.
- c. *Search* adalah tahap pemberian informasi tentang peluncuran *game* GaDangers!. Dalam tahap ini media yang digunakan kembali adalah media sosial instagram dan facebook yang akan memberitahu khalayak sasaran tentang kapan perilisan *game* GaDangers!.
- d. *Action* adalah tahap dimana audiens ingin mencoba *game* Gadangers!. Aksi yang diharapkan terjadi adalah mengunduh dan mencoba *game* tersebut. Acara

peluncuran yang menggunakan headline “Perhatikan Malammu” ini diisi dengan apa yang mendasari *game* ini dibuat. Selain itu ada acara kuis yang berhadiah baju dan buku catatan yang diharapkan menambah semangat dalam acara tersebut. Dalam acara ini juga menjual beberapa *merchandise* seperti, gantungan kunci, sticker, jam dan pin. Berikut rangkaian acara *soft launching* yang akan dilakukan di Universitas Komputer Indonesia:

Judul : GaDangers!  
 Tempat : Universitas Komputer Indonesia, Fakultas Desain  
 Waktu : 15.00 – 16.00

Tabel III.1 Rangkaian Acara  
 Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Rangkaian Acara	
15-00 – 15.05	Pembukaan Soft Launching
15.05 – 15.20	Penjelasan pembuatan kenapa <i>game</i> GaDangers! dibuat
15.20 – 15.45	Lomba menyelesaikan <i>game</i> dalam waktu 25 menit. Yang diikuti oleh 5 audiens
15.45 – 15.55	Tanya Jawab seputar informasi yang disajikan didalam <i>game</i> GaDangers! yang berhadiah t-shirt dan buku catatan.
15.55 – 16-00	Penutupan

- e. *Share* adalah tahap membagikan pengalaman terhadap *game* GaDangers!. *Merchandise* berupa akan diberikan kepada khalayak sasaran yang mengupload tentang perubahan yang dirasakan oleh khalayak sasaran dengan hastag #MakananSehatSaatBegadang. Khalayak sasaran yang mendapatkan *merchandise hardcase* HP adalah khalayak sasaran yang memposting postingan dengan menarik.

Media informasi yang akan dibuat ada 2 jenis, yaitu media utama dan media pendukung. Berikut konsep tentang media utama dan media pendukung yang akan dibuat:

a. Media Utama

Media utama dalam media informasi ini adalah sebuah *game* android. Menurut Fauzi (seperti dikutip Ridoi) *game* merupakan suatu bentuk hiburan yang seringkali dijadikan sebagai penyegar pikiran dari rasa penat yang disebabkan oleh aktivitas dan rutinitas kita. *Game* dipilih karena selain menghibur *game* juga dapat memberikan banyak edukasi dan informasi. Sudah banyak *game* yang memberikan edukasi dan informasi yang menyenangkan secara langsung yang tersedia di *play store*. Selain itu, dengan media *game* akan membuat khalayak sasaran tertarik untuk memainkannya dibandingkan hanya sebuah tulisan di dalam buku. Karena seperti kata Jatnika dalam CNN Student (2017) bahwa Indonesia masuk dalam kategori darurat membaca. Indonesia berada di peringkat 60 dari 61 negara terkait minat baca. Selain itu, UNESCO mengeluarkan hasil penelitian minat baca di Indonesia hanya mencapai 0,0001%, dapat di ambil kesimpulan jika dari seribu orang hanya ada satu orang yang mempunyai minat membaca buku.

b. Media Pendukung

Media pendukung adalah beberapa media yang diperlukan sebagai media promosi untuk media utama. Adapun beberapa media pendukung yang akan dibuat sebagai berikut:

- Sosial Media Instagram dan Facebook

Dikarenakan media yang akan dibuat berbasis mobile dan dapat di unduh *online*. Sosial media instagram dan facebook dijadikan sebagai media pendukung karena dapat di akses oleh banyak orang. Dengan menggunakan instagram mempunyai kemungkinan 53 juta orang di Indonesia dapat mengakses halaman instagram tersebut. Begitu pula dengan Facebook yang mempunyai kemungkinan 130 juta orang Indonesia dapat mengaksesnya.

- Poster

Poster diperlukan untuk media promosi yang bisa ditempel di madding sekolah ataupun kampus, bahkan berbagai tempat yang memungkinkan lainnya.

- Iklan Pop Up Youtube  
Iklan Pop Up Youtube sangat berpengaruh terhadap promosi suatu media. Karena sejak tahun 2011 Youtube sedang naik-naiknya di Indonesia bahkan hingga sekarang Youtube menjadi platform favorit di Indonesia. Bisa dilihat dengan banyaknya *Youtuber* yang bermunculan hingga sekarang, khususnya di Indonesia.
- Iklan Instagram  
Begitu pula dengan Instagram, Pemasangan iklan instagram diharapkan dapat mendukung promosi menjadi lebih baik. Karena dapat memberikan 53 juta orang di Indonesia untuk mengaksesnya.
- Iklan Facebook  
Begitu pula dengan Facebook yang mempunyai kemungkinan 130 juta orang Indonesia dapat mengaksesnya. Ini dikarenakan Facebook sempat *Booming* sekali di Indonesia sehingga mencapai 130 juta pengguna.
- Buku Catatan  
Buku catatan digunakan untuk mencatat suatu informasi yang disampaikan. Buku catatan dipilih sebagai media pendukung karena khalayak sasaran yang berumur 20-25 tahun rata-rata masih dalam jenjang perkuliahan bahkan jika sudah bekerja buku catatan tetap diperlukan. Dengan hal ini buku catatan dapat dibuat sebagai media pendukung. Buku catatan akan dibuat sebagai hadiah dalam kuis saat *soft launching*.
- Jam Weker  
Bagi seseorang yang suka begadang sudah pasti jam sangat diperlukan. Karena dengan jam seseorang dapat melihat sudah berapa lama melakukan begadang. Jam weker juga bisa membantu bangun dipagi hari, maka dari itu jam akan dibuat sebagai media pendukung karena memiliki kaitannya dengan begadang yang berhubungan dengan waktu. Jam weker akan dijual dengan harga Rp70.000,-
- Pin  
Di era modern sekarang, pin sangat digandrungi oleh anak-anak muda. Dapat dilihat dengan banyaknya pin yang dipasang dalam satu jaket dan tas. Pin

dengan ukuran 4x4 cm dijual dengan harga Rp2.500,-, dan pin dengan ukuran 5x8 cm dengan harga Rp5.000,- rupiah

- **Sticker**  
Sticker berguna untuk menjadi media promosi yang paling berguna karena bisa ditempel diberbagai tempat. Sticker ini dijual dengan harga Rp5.000,-.
- **Gantungan Kunci**  
Selain digunakan sebagai gantungan kunci, gantungan kunci sendiri terkadang digunakan di tas, gantungan kunci sendiri biasanya ditempatkan di bagian resleting tas. Ada dua jenis gantungan kunci, yang pertama gantungan kunci biasa 4x4 cm dengan harga Rp4.000,- dan yang kedua gantungan kunci aklirik dengan harga Rp25.000,-
- **T-Shirt**  
Tidak dapat dipungkiri jika T-Shirt menjadi salah satu *merchandise* yang terbilang favorit, diharapkan dengan adanya T-Shirt dapat mempromosikan kepada khalayak sasaran yang lain. T-Shirt sendiri dibagi menjadi dua yaitu T-Shirt sebagai hadiah dalam kuis saat *soft launching* dan yang dijual pada akun official GaDangers! dengan harga Rp85.000,-
- **Hardcase HP**  
Karena HP adalah benda yang sering dibawa kemana-mana, *hardcase* HP bisa menjadi salah satu media promosi yang baik pada masa ini. *hardcase* HP akan dijadikan hadiah dalam kuis pada akun official GaDangers!.
- **Play Store**  
Dilansir oleh Rachman dalam Detik (2015) data yang dibuat oleh biro marketing bernama Waiwai Marketing, pengguna android mencapai 41.000.000 pengguna yang dapat ditarik kesimpulan bahwa 41.000.000 orang dapat mengakses play store.

### **III.2.8 Strategi Distribusi dan Penyebaran Media**

Strategi distribusi adalah langkah yang ditempuh untuk menyebarkan produk kepada khalayak sasaran. Cara yang digunakan adalah berupa iklan di media sosial instagram. Dilansir 2018 Digital Report pengguna media sosial instagram di Indonesia mencapai 53.000.000 penduduk. Selain instagram terdapat juga iklan

facebook, dari data yang dikutip KompasTekno di We Are Social (2018), pengguna facebook di indonesia mencapai 130.000.000 akun. Selain penyebaran media melalui media sosial, dilakukan juga penyebaran media melalui poster cetak yang merupakan bagian dari strategi komunikasi AISAS yang bermula pada tahap *Attention* hingga *Share*.

Tabel III.2 Strategi AISAS untuk Distribusi

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

MINGGU	1							2						
	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
ATTENTION	Poster dan Iklan Instagram													
INTEREST								Instagram dan Facebook						
SEARCH								Instagram dan Facebook						
ACTION								Peluncuran						
SHARE								Media Sosial						

### III.3 Konsep Visual

Desain yang akan dirancang pada aplikasi *game* android ini mempunyai ukuran minimal 4 inci. Style yang digunakan adalah *flat design* karena dapat menghasilkan visual yang sederhana. *Game* ini sengaja memakai visual yang sederhana karena agar mata tidak bekerja terlalu keras pada saat malam hari, berbeda dengan *game* penuh detail yang bisa membuat mata cepat lelah.

#### III.3.1 Format Desain

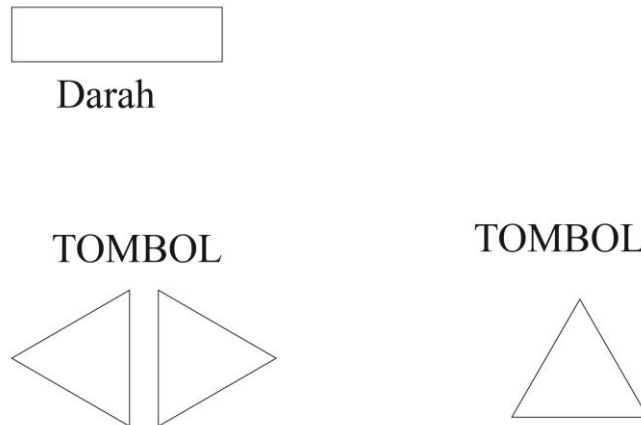
Saat membuat desain yang baik, diperlukan format yang jelas. Format desain diperlukan untuk membangun kesesuaian anatr desain dan media yang akan digunakan, berikut format tersebut:

- Media : Smartphone android
- Ekstensi : apk (*android package*)
- Color : RGB
- Audio : mp3



### III.3.2 Tata Letak

Pengaturan tata letak digunakan agar mendukung suatu desain menjadi lebih baik dan teratur. Seperti kata Rustan dalam buku *Layout* (2009, h.0), layout adalah suatu elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam suatu media yang dapat mendukung konsep pesan yang dibawanya, berikut adalah tata letak yang dibuat:



Gambar III.5 Layout *Gameplay*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Layout yang digunakan adalah layout *game* jenis *Side-Scrolling* seperti biasanya, yang memiliki interface dibagian bawah untuk pergerakan, dan bagian atas untuk informasi. Berikut referensi yang digunakan:



Gambar III.6 Referensi Layout *Gameplay*  
Sumber: <https://i.ytimg.com/vi/WvZc7TAuwys/maxresdefault.jpg> (2018)

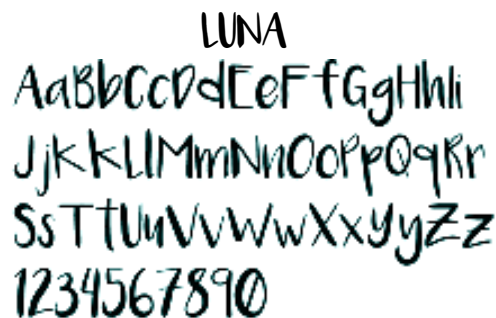
Layout seperti ini memudahkan untuk khalayak sasaran memainkannya, dengan memberi jarak antara tombol bergerak yang berada disebelah kiri dan tombol meloncat pada sebelah kanan, karena pada umumnya pengguna smartphone menggunakan kedua tangannya untuk bermain *game* berjenis *Side-Scrolling*.

### III.3.3 Tipografi

Tipografi dibutuhkan untuk kelancaran komunikasi yang dibuat dalam suatu desain. Seperti kata Sihombing dalam Tipografi dalam Desain Grafis, tipografi bisa menjadi inti gagasan suatu komunikasi grafika dan huruf menjadi satu-satunya visualisasi yang efektif (2001, h.vii) pemilihan tipografi pada media aplikasi *game* android ini menyesuaikan dengan latar belakang tempat kejadian di *game*.

#### a. Logo

Huruf yang dibuat oleh Amanda Leeson ini digunakan sebagai logo. Huruf luna memiliki sifat sedikit bermain dan seperti ranting pepohonan yang sangat cocok bila digunakan dalam media aplikasi *game* android yang akan dibuat. Huruf luna sendiri memiliki lisensi 100% gratis. Berikut huruf dari luna:



Gambar III.7 Huruf Luna

Sumber: [http://www.fonts101.com/previews/829/Luna\\_font\\_preview\\_72689\\_2.png](http://www.fonts101.com/previews/829/Luna_font_preview_72689_2.png)  
(2018)

#### b. *Bodytext*

Huruf yang dibuat oleh David Berlow ini digunakan untuk bagian *body text*. Huruf yang digunakan dalam *body text* sendiri adalah huruf yang akan bersifat mudah dibaca dalam ukuran besar maupun kecil. Huruf yang digunakan adalah Berlin Sans FB yang mempunyai sifat tebal dan jelas. Huruf Berlin Sans FB ini memiliki *License Microsoft fonts* yang bisa

digunakan untuk perusahaan, pengembang web, untuk distribusi perangkat keras dan perangkat lunak atau instalasi server. Berikut huruf Berlin Sans Fb :

Berlin Sans Fb

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÀ  
abcdefghijklmnpq  
rstuvwxyzàåêïöü&  
1234567890(\$£€.,!?)

Gambar III.8 Huruf Berlin Sans Fb

Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/68/43/b5/6843b53e2bef07473316d7646444a721.gif> (2018)

### III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan untuk perancangan aplikasi *game* android GaDangers! Berhubungan dengan malam dan gelap. Malam dan gelap sangat cocok untuk *game* yang bertema begadang yang berlatar pada malam hari. Gaya visual yang digunakan adalah *flat design* karena dapat menghasilkan visual yang sederhana. *Game* ini sengaja memakai visual yang sederhana karena agar mata tidak bekerja terlalu keras pada saat malam hari, berbeda dengan *game* penuh detail yang bisa membuat mata cepat lelah.

#### a. Logo

Logo pada aplikasi *game* android GaDangers! berjenis pictorial mark logo. Tetap konsisten memakai huruf Luna, karena sesuai dengan latar tempat kejadian yaitu hutan yang terdapat pohon-pohon dan ditambahkan kedua mata disebelah kanan atas. Mata yang dimaksud adalah mata dari karakter utama yang akan dibuat. Selain itu warna yang digunakan untuk bagian mata adalah warna merah. Hal tersebut dikarenakan mata adalah hal yang paling berkaitan dengan begadang.

b. Studi Karakter



Gambar III.9 Referensi Karakter

Sumber: [https://res.cloudinary.com/teepublic/image/private/s--hubSkdAY--/t\\_Preview/b\\_rgb:ffffff,c\\_limit,f\\_jpg,h\\_630,q\\_90,w\\_630/v1471646998/production/designs/641854\\_1.jpg](https://res.cloudinary.com/teepublic/image/private/s--hubSkdAY--/t_Preview/b_rgb:ffffff,c_limit,f_jpg,h_630,q_90,w_630/v1471646998/production/designs/641854_1.jpg)

Referensi karakter yang digunakan berasal dari *game* “Limbo”, karakter ini dijadikan acuan karena dalam konsep *game*-nya sendiri mempunyai konsep latar yang sama yaitu malam hari. Sehingga visualisasi karakter yang dijadikan referensi paling cocok adalah *game* “Limbo”. Selain itu *game* “Limbo” sendiri sudah diunduh sebanyak 500 ribu kali di Play Store, yang bisa diambil kesimpulan jika “Limbo” termasuk *game* yang populer dan menambah tingkat keberhasilan tersampainya informasi kepada audiens jika memakai visualisasi karakter tersebut.

c. Studi Latar

Menurut Waluyo dikutip oleh Wicaksono, salah satu fungsi latar adalah untuk memperjelas tema yang disampaikan (2017, h.231). Hal ini sangat diperlukan saat membuat aplikasi *game*, karena dalam *game* dibutuhkan cerita dan latar yang diperlukan agar *game* terasa lebih jelas dan nyata. Latar tempat yang digunakan dalam aplikasi *game* android ini berada di Central Jowo yang dibuat berdasarkan nama Jawa Tengah. Selain itu, latar waktu yang digunakan adalah saat malam hari karena sesuai dengan tema begadang. Berbeda dengan karakter yang keseluruhannya menggunakan *flat design*, ada beberapa bagian dalam *game* yang menggunakan ilustrasi digital yang menggunakan gradasi warna, hal ini dilakukan agar *game* terlihat lebih menarik seperti dibagian *home menu*, cerita dan *latar game*. Berikut tampilan latar tempat sekaligus waktu pada aplikasi *game* tersebut:



Gambar III.10 Referensi Pewarnaan Latar

Sumber: <https://is4-ssl.mzstatic.com/image/thumb/Purple128/v4/9d/51/54/9d5154d4-692f-c1b8-86c3-fd28bf6dbab4/mzl.vaqoike.jpg/643x0w.jpg>



Gambar IV.11 Referensi Latar

Sumber: [https://t00.deviantart.net/MaNhIoBGIXp\\_gTB4r-hMfAdD\\_KA=/fit-in/700x350/filters:fixed\\_height\(100,100\):origin\(\)/pre00/9def/th/pre/i/2012/366/9/a/limbo\\_by\\_sorny-d5pwg21.jpg](https://t00.deviantart.net/MaNhIoBGIXp_gTB4r-hMfAdD_KA=/fit-in/700x350/filters:fixed_height(100,100):origin()/pre00/9def/th/pre/i/2012/366/9/a/limbo_by_sorny-d5pwg21.jpg)

d. Studi Tombol

Ada dua bentuk dasar tombol yang digunakan pada media informasi *game* yang akan dibuat yaitu kayu dan bulan. Hal ini dikarenakan kayu dan bulan berhubungan dengan latar tempat dan waktu yang akan dibuat pada *game* ini. Bulan menunjukkan waktu pada saat malam hari, dan kayu menandakan latar tempat yaitu hutan.



Gambar IV.12 Referensi Tombol Bulan

Sumber:

<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/0b/FullMoon.jpg/280px-FullMoon.jpg>



Gambar IV.13 Referensi Tombol Kayu

Sumber: [https://i0.wp.com/bahanpengawet.com/wp-content/uploads/2017/04/floor-2091151\\_640.jpg?fit=640%2C410](https://i0.wp.com/bahanpengawet.com/wp-content/uploads/2017/04/floor-2091151_640.jpg?fit=640%2C410)

e. Studi Karakter Musuh

Dalam *game* ini akan ada beberapa musuh yang dibuat berdasarkan makanan dan minuman yang tidak boleh dikonsumsi saat begadang. Hal ini dikarenakan makanan dan minuman cepat saji dan kopi.



Gambar IV.14 Pizza

Sumber: [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTf0AjfASSjsHrGI5DHasegEU-ib\\_\\_eqoiIczYV3mb3tbv1v6ow3A](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTf0AjfASSjsHrGI5DHasegEU-ib__eqoiIczYV3mb3tbv1v6ow3A)



Gambar IV.15 Kopi

Sumber: [http://cdn2.tstatic.net/batam/foto/bank/images/kopi-baik-buat-pencernaan\\_20160904\\_150015.jpg](http://cdn2.tstatic.net/batam/foto/bank/images/kopi-baik-buat-pencernaan_20160904_150015.jpg)



Gambar IV.16 Burger

Sumber: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRSddbJgXXZ2kIRNgsirHHiQgHSLvgAIUcUnMkJ2ZtAWTV4Wsp68g>



Gambar IV.17 Minuman Kaleng

Sumber: [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTHoswzxw7RqjKhQOZ7ABdXR-ZxJYT2FoNX6RRa4Pkk\\_dzO59ae](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTHoswzxw7RqjKhQOZ7ABdXR-ZxJYT2FoNX6RRa4Pkk_dzO59ae)

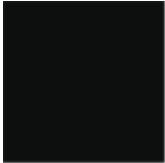





Gambar IV.18 Hot dog

Sumber: [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTv7RYC1HhynMFyPaRq9ZfIWKpLTeGT\\_uYFmbKeZwJKPX46z-\\_N](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTv7RYC1HhynMFyPaRq9ZfIWKpLTeGT_uYFmbKeZwJKPX46z-_N)

### III.3.5 Warna

Warna menurut Sirait dalam *The Power of Public Speaking*, Warna adalah satu elemen komunikasi yang paling efektif (2016, h.285). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa warna diperlukan dalam suatu media untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran. Dalam aplikasi *game* android *GaDangers!* Warna yang dipakai adalah warna-warna gelap agar sesuai dengan latar waktu yaitu malam hari. Berikut penggunaan warna dalam *game* *GaDangers!*

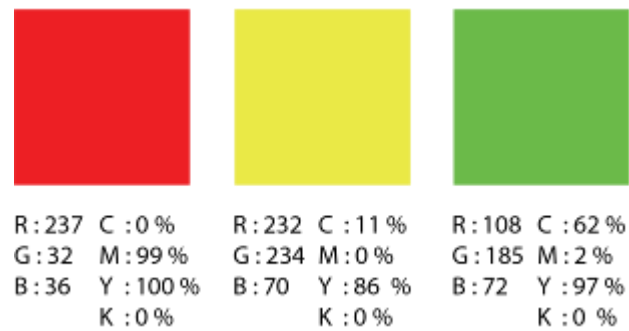
			
R : 14 G : 17 B : 16 K : 84 %	R : 30 G : 30 B : 30 K : 75 %	R : 85 G : 83 B : 83 K : 84 %	R : 178 G : 177 B : 178 K : 0 %
C : 75 % M : 66 % Y : 67 %	C : 72 % M : 66 % Y : 65 %	C : 75 % M : 66 % Y : 67 %	C : 31 % M : 25 % Y : 25 %

Gambar III.19 Warna Abu-Abu

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Dalam Artikel Kompas (2008) Warna Abu-abu menurut Leatrice Eisman, penulis buku *More Alive With Color* adalah warna alam. Di luar sana warna abu-abu merupakan suatu warna yang permanen, misalnya batu dan karang. Warna Hitam digunakan untuk memberikan kesan misterius dan kerahasiaan. Karena pada *game* *GaDangers!* Ini, Ada kondisi dimana Wengi harus menemukan Ngendi terlebih dahulu dan mencari keberadaan dia berada untuk pergi ke level selanjutnya.





Gambar III.20 Warna Kontras Dalam *Game*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Selain warna gelap, dalam *game* GaDangers! Memakai warna lain seperti merah dan coklat pada objek-objek tertentu untuk memberikan kontras dalam *game*.

### III.3.6 Audio

Media audio dibutuhkan agar *game* tidak terlalu membosankan. Pada aplikasi *game* android ini audio yang digunakan adalah musik agar memberikan ketenangan, musik yang digunakan sendiri memiliki sifat tenang dan lambat. Seperti kata Holistic Health Solution dalam *Stroke di Usia Muda*, musik dapat menenangkan denyut jantung dan menyejukan jiwa (2001, h.84). Selain itu terdapat beberapa sound effects saat tokoh utama menyentuh sesuatu dalam *game* agar *game* terasa lebih hidup. Musik yang digunakan berjudul “*Music Soft Horror*” yang dibuat oleh Music Video walaupun berjudul *horror* tetapi musik instrumental yang dikeluarkan tidak menakutkan, music ini mempunyai lisensi 100% gratis tetapi dengan syarat mencantumkan nama pembuat musik tersebut.