

BAB IV

STRATEGI KREATIF

4.1 Konsep Visual

Perancangan desain visual aplikasi didasarkan pada perilaku target sasaran yang cenderung sering menggunakan smartphone dalam kehidupan sehari-hari. Aplikasi pada smartphone dapat diakses kapanpun dan dimanapun sehingga lebih fleksibel dibandingkan media lain. Pada aplikasi tersebut memuat tes yang berisi pertanyaan terkait pengendalian stres secara personal dan tanaman yang ingin ditanam sesuai kebiasaan dalam mengendalikan stres, ditunjukkan untuk target yang belum memiliki pengetahuan dan ingin mencoba untuk pertama kalinya. Masalah berupa pengendalian stres yang diperlukan oleh target sasaran diatasi dengan berkebun dengan panduan dari aplikasi.

Panduan secara umum berisi tahap-tahap perawatan tanaman berdasarkan hasil dari tes pertama ketika target sasaran mulai menggunakan aplikasi. Disampaikan melalui komunikasi visual yang informatif, efektif dan tentunya memberikan efek rileksasi sebagai tujuan utama dari perancangan ini. Didalam aplikasi ini juga terdapat klasifikasi jenis tanaman berdasar efek stimulusnya, meliputi penglihatan, penciuman, dan peraba yang secara personal dipilih oleh target sasaran melalui tes yang diajukan dalam tahap awal penggunaan aplikasi dengan tujuan pendekatan atau penyesuaian secara efektif terhadap kebiasaan maupun kebutuhan target sasaran. Ketika telah melakukan kegiatan berkebun hingga tahap terakhir dalam aplikasi dan ingin menambah tanaman target sasaran atau pengguna dapat langsung memilih jenis tanaman selanjutnya dalam kategori tanaman yang tersedia, maupun melakukan tes ulang.

Media Aplikasi dipilih agar komunikasi dapat dilakukan secara efektif dan memberikan pengalaman personal utamanya dalam pengendalian stres melalui berkebun.

4.1.1 Layout

Mengutamakan tampilan minimalisme untuk memberikan kesan bersih dan fokus terhadap isi konten. Alur yang diciptakan searah dengan harapan

pengguna dapat fokus mengikuti panduan yang diberikan secara urut dan menyeluruh. Banyak menggunakan white space agar memiliki kesan ruang untuk bernafas/rileks

4.1.2 Warna




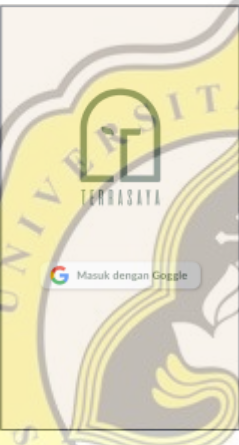
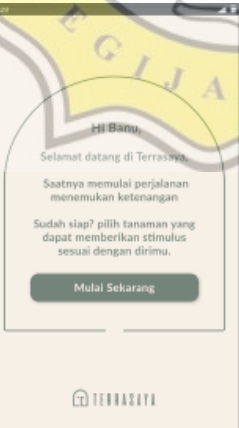
Gambar 4.1 Warna

Penggunaan warna dalam perancangan ini didasarkan pada dua warna primer yaitu hijau dan coklat. Konsep warna yang disusung adakah warna Bumi atau “*Earth tone*” sebagai representasi konten yang diangkat yaitu kegiatan berkebun yang tentunya merupakan kegiatan yang bersinggungan langsung dengan bumi atau alam. Pada saat yang bersamaan warna Bumi dapat memberikan kesan tenang dan relaksasi, karena elemen-elemen alam merupakan dasar dari konsep ketenangan itu sendiri.

Menggunakan warna *earth tone*, hijau memiliki arti pohon atau tanaman dan warna coklat sebagai tanah. dapat memunculkan kesan relaksasi menyatu dengan alam. Warna sekunder yang digunakan merupakan turunan dari warna coklat dan hijau.

4.1.3 Workflow

Berikut adalah workflow dari media aplikasi Terrasaya :

	<p>Launch Screen</p> <p>Merupakan halaman awal ketika memulai dengan tampilan logo “Terrasaya”</p>
	<p>Login</p> <p>Halaman untuk melakukan login, karena aplikasi berbasis Android. Login digunakan sebagai profil. Terdapat logo sebagai <i>Mandatory</i>.</p>
	<p>Start</p> <p>Berisi halaman sambutan selamat datang bagi pengguna dan penjelasan singkat secara tersirat tujuan dari aplikasi tersebut bagi pengguna, serta pengarahannya lanjutan bagi pengguna untuk memulai aplikasi</p>

	<p>Test</p> <p>Halaman yang berisi pertanyaan sebagai tes untuk mengetahui tanaman yang sesuai dengan kebutuhan pengguna didasarkan pada pengalaman personal setiap penggunanya, sehingga hasil akhir yang didapatkan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pengguna. Terdapat logo sebagai <i>mandatory</i>.</p>
	<p>Result</p> <p>Halaman yang menampilkan hasil tanaman berdasarkan tes, terdapat tiga tanaman masing-masing sesuai stimulus yaitu penglihatan, penciuman dan peraba. Terdapat tombol untuk mengambil tanaman, bagikan di media sosial dan mencoba tes lagi. Terdapat logo sebagai <i>mandatory</i>.</p>
	<p>Homepage</p> <p>Homepage berisi menu aplikasi, berisi beberapa menu aplikasi yang saling terkait. Hanya ada 4 menu bar pada homepage karena memang dikhususkan pada hal-hal yang dirasa memang diperlukan oleh pengguna saja. Sehingga sesuai dengan konsep visual yang penulis usung, dengan menerapkan konsep minimalisme sehingga pengguna tidak semaking pusing karena banyaknya pilihan ketika menggunakan aplikasi. Terdapat logo</p>

	<p>sebagai <i>mandatory</i>, ilustrasi menu dengan ikon tersebut. Pada <i>Navigation bar</i> terdapat menu TANAMANKU dan Klasifikasi.</p>
	<p>Tanamanku</p> <p>Ketika masuk ke menu “Tanamanku” pengguna akan menemukan informasi mengenai tanaman yang akan mulai ditanam sesuai klasifikasi stimulus yang diperoleh dari hasil tes. Warna bar mengikuti warna dari tanaman</p>
	<p>Profil Tanaman</p> <p>Ketika mengetuk gambar tanaman di halaman sebelumnya, maka akan keluar profil tanaman yang menjelaskan tanaman secara lebih terperinci mengenai deskripsi, kondisi, hama dan tips dari tanaman tersebut</p>
	<p>Terapiku</p> <p>TERAPIKU adalah halaman yang berisi panduan terapi melalui berkebun berdasarkan tanaman. Terdapat berbagai macam terapi yang dapat disesuaikan dengan perawatan tanaman.</p>

	<p>Panduan Terapi</p> <p>Penjelasan mengenai terapi yang dipilih, terapi yang berisi penjelasan dan visual untuk memudahkan memahami panduan dari terapi.</p>
	<p>Klasifikasi</p> <p>Halaman Klasifikasi tanaman berdasarkan stimulus, pencahayaan dan penyiraman.</p>

Tabel 4.1 Workflow Aplikasi Terrasaya

4.1.4 Tipografi

"ALIENS AND COWS"
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

"Lato"
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Gambar 4.2 Jenis font "Alien and Cows" dan "Lato"

Logotype dalam perancangan ini menggunakan "alien and cows" merupakan yang merupakan font jenis sans serif, jenis font tersebut dipilih karena menyesuaikan dengan logogram yang berupa outline stilasi bentuk wajah

dan tanaman sehingga keuanya memiliki kesatuan. Kesan yang ingin diberikan adalah minimalis dan dinamis karena fokus dalam perancangan ini adalah panduan menghadapi stres, sehingga diutamakan tampilan visual yang minimal dan tidak terlalu rumit atau ruwet akan tetapi tetap dapat menyampaikan pesan secara komunikatif.

Font pada aplikasi menggunakan “Lato”, sering digunakan pada desain visual aplikasi karena memiliki keterbacaan yang baik ketika digunakan pada *headline* maupun *bodycopy*. Kesan yang ditampilkan adalah minimalis dan clean tidak terlalu banyak dekoratif pada bentuknya, dan sesuai dengan target perancangan.

4.1.5 Konsep Logo



Gambar 4.3 Logo Terrasaya

Konsep logo didasarkan dari nama aplikasi yaitu Terrasaya, apabila dijabarkan menjadi Terra (bumi) + teras(halaman rumah) + saya, yang artinya adalah bumi atau dunia saya yang saya tempatkan di teras, dalam visualnya terdapat gestalt T pada logo, mengambil kata Terra yang artinya adalah bumi direpresentasikan dengan visual tanaman atau daun. “Saya” yang memiliki arti personal di visualkan dengan siluet mata dan hidung. Lalu kata Teras digambarkan dengan bentuk rumah.

Pada logogram banyak ditampilkan garis lengkung agar memberikan kesan dinamis, selain itu tidak menggunakan banyak elemen dekoratif agar

menciptakan kesan minimalis dan clean merepresentasikan ruang bernafas dan stres yang diuraikan. Pemilihan style juga disesuaikan dengan ses dan umur dari target sasaran. Dengan target pegawai muda SES AB maka preferensi desain yang banyak dipilih adalah desain clean dan minimalis

Citra yang ingin diberikan adalah dapat melakukan kegiatan berkebun dirumah secara pribadi/personal sebagai media terapi stres kerja.

4.1.6 Aturan Penggunaan Logo

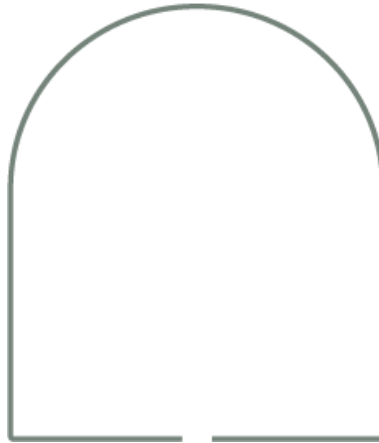


Gambar 4.4 Aturan Penggunaan Logo

Warna yang digunakan pada Logo adalah hijau, merepresentasikan warna daun memiliki kesan relaksasi dan penurunan stres. Sedangkan warna coklat merepresentasikan tanah memiliki kesan hangat, nyaman dan aman sehingga mewakili citra yang ingin disampaikan dalam media.

Logo Terrasaya adalah sebuah kesatuan sehingga tidak diperkenankan untuk merubah, menambah, atau mengurangi yang sifatnya merusak komposisi logo. Penggunaan logo diatur seperti pada diatas dan dapat disesuaikan dengan Kebutuhan

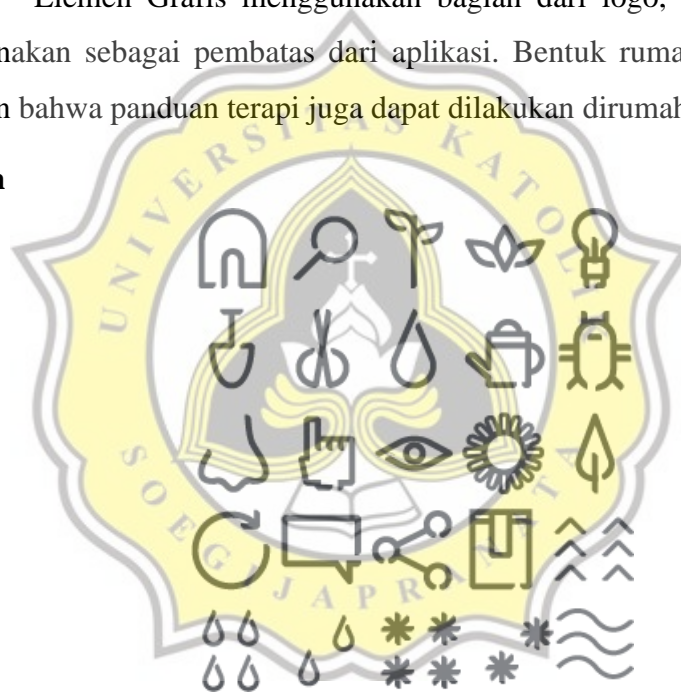
4.1.7 Elemen Grafis



Gambar 4.5 Elemen Grafis

Elemen Grafis menggunakan bagian dari logo, yaitu bentuk rumah, digunakan sebagai pembatas dari aplikasi. Bentuk rumah merepresentasikan pesan bahwa panduan terapi juga dapat dilakukan dirumah secara personal.

4.1.8 Ikon



Gambar 4.6 Ikon

Ikon menggunakan pendekatan yang sama dengan logo. Merupakan stilasi dari objek yang digunakan dan bentuk konvensional agar mudah dimengerti target. Garis yang digunakan mirip dengan Logo, menggunakan garis yang terputus agar memberikan kesan dinamis

4.2 Konsep Verbal

4.2.1 Konsep Judul Komunikasi Visual

Dengan semakin cepatnya peradaban berkembang, maka kehidupan tentu semakin berubah dan semakin banyak tantangan baru yang harus dihadapi

setiap harinya. Diangkat dari permasalahan mudahnya usia dewasa muda khususnya para pekerja muda mengalami stres sebagai *side effect* dari tantangan yang harus mereka hadapi sehari-hari terutama dalam dunia kerja sebagaimana penulis bahas pada Bab I, maka Perancangan Desain Visual Aplikasi Panduan Terapi Dengan Berkebun Sebagai Manajemen Stres Pada Pekerja Muda dipilih untuk membantu target audience menemukan solusi bagi permasalahan manajemen stresnya sehari-hari. Fokus utama dalam perancangan ini adalah memberkan influence/pengaruh bagi target audience untuk memulai kegiatan berkebun sebagai cara menguraikan stres yang dapat dilakukan secara personal dan bermfaat secara fisik dan rohani.

4.2.2 Konsep Tagline

Tagline yang digunakan adalah “Urai stresmu melalui berkebun”. *Tagline* yang dipilih sengaja menggunakan satu kalimat yang singkat namun sudah dapat mewakili seluruh pesan dari perancangan ini. *Tagline* bersifat mengajak secara santai tanpa adanya paksaan, sehingga audience tidak merasa terintimidasi dan boleh memulai kapan saja. *Tagline* tersebut juga secara langsung menyebutkan permasalahan dan solusi dalam satu kalimat. *Tagline* dapat dipahami secara utuh dalam satu kalimat sebagai representasi dari keseluruhan perancangan ini.

4.2.3 Pemilihan Bahasa

Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, karena target utama dalam perancangan ini adalah laki-laki maupun perempuan usia dewasa muda dengan demografis masih di wilayah Indonesia. Bahasa Indonesia yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang semi formal, atau bahasa percakapan sehari-hari yang masih menggunakan kata ganti orang pertama dan ketiga “aku & kamu”.

4.2.4 Tone and Manner

Tampilan *layout* yang minimalis, elemen grafis menggunakan sudut lengkung, warna bumi dipilih untuk mewakili citra secara utuh bahwasanya perancangan ini hadir sebagai alternatif solusi baru bagi permasalahan manajemen stres melalui kegiatan berkebun, bahwa merawat tanaman bukan hanya trend belaka namun dapat dimaknai sebagai proses terapi secara personal,

sehingga diharapkan waktu yang digunakan ketika berkebun dapat benar-benar menjadi waktu yang dinanti dan memberi jeda bagi setiap pribadi untuk mengambil refleksi dan relaksasi ditengah kehidupan yang seolah tidak pernah berhenti untuk terburu-buru.

Tone yang ingin disampaikan melalui tampilan visual adalah, *clarity* atau kejelasan dengan tidak terlalu menampilkan terlalu banyak ornament. Ketenangan dengan warna-warna yang menyatu dengan bumi. Dan bersahabat dengan visual grafis yang menggunakan garis lengkung yang merepresentasikan sifat dinamis.

4.3 Desain Media Pendukung

4.3.1 Desain Kemasan dan Perlengkapan Berkebun



Gambar 4.7 Media Pendukung. Media Tanam, Alat Kebun dan Bibit Tanaman.

Sebagai bagian dari feedback secara langsung bagi pengguna untuk mendapatkan bibit setelah pengguna menyelesaikan tes dan akan melanjutkan ke proses berkebun secara langsung, maka desain kemasan media tanam dan juga peralatan berkebun diperlukan sebagai bagian dari branding Terrasaya.

4.3.2 Media Promosi



Gambar 4.8 Media Promosi Iklan 5 Detik Dan Instagram

Instagram (*social media*) digunakan sebagai media promosi karena ditinjau dari kebiasaan pengguna, Instagram menjadi wadah berinteraksi secara online yang sering mereka gunakan dalam kegiatan sehari-hari. Nantinya Instagram official bertugas sebagai media promosi calon pengguna baru dan feedback komunitas pengguna aplikasi Terrasaya yang sedang berlangsung. Selain itu iklan singkat juga akan digunakan sebagai media promosi yang ditampilkan dalam berbagai platform yang kompatibel dengan format video melalui agen pengiklanan.