

BAB IV

STRATEGI KREATIF

4.1 Konsep Verbal

4.1.1 Tema Kampanye

Tema kampanye ini bahwa gejala kecanduan belanja *online* bisa diatasi oleh diri sendiri dengan kontrol diri yang baik dan benar. Bertujuan menyadarkan remaja yang mengalami gejala kecanduan belanja *online* agar memiliki kontrol diri dalam mengatur kebutuhan dan keinginan belanjanya supaya terhindar dari dampak buruk akibat kecanduan belanja *online*.

4.1.2 Judul Kampanye

Kampanye ini akan berjudul “ Wise Shopper ” dan tagline “ Bedakan Antara keinginan dan kebutuhan belanjamu” . Judul ini dalam bahasa Indonesia berarti “ pembeli yang bijak ”. Karena dalam mengatasi masalah munculnya gejala kecanduan belanja *online* ini, diperlukan kebijaksanaan dalam diri untuk dapat membangun kontrol diri dalam berbelanja *online*.

4.1.3 Bahasa Yang Digunakan

Perancangan kampanye ini akan menggunakan gaya bahasa yang santai mudah dimengerti anak muda dan istilah – istilah dalam bahasa Indonesia & bahasa Inggris yang berkaitan dengan kegiatan belanja *online* yang mudah dipahami oleh audience.

4.2 Konsep Visual

4.2.1 Konsep Logo Kampanye

Logogram berkonsep dasar menunjukkan 2 orang laki dan perempuan yang sedang berbelanja online. Dengan menggunakan gabungan dari 3 elemen, yaitu orang yang sedang bermain gadget, lampu, dan juga keranjang belanja. Lampu melambangkan

kecerdasan / bijaksana, sedangkan keranjang belanja melambangkan kegiatan belanja. Jadi arti keseluruhan logo ini adalah berbelanja online dengan bijaksana.



Gambar 4.1 Logo Kampanye

Logotype bertuliskan “Wise Shopper” dengan tagline “bedakan antara keinginan dan kebutuhan belanjamu”. Wise Shopper berarti “pembeli yang bijaksana”, dan tagline yang berarti pembeli yang bijak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam berbelanja online.

4.2.2 Konsep Warna Logo

	C : 0% M : 19% Y : 88% K : 0% R : 255 G : 204 B : 55 #FFCC37		C : 9% M : 0% Y : 2% K : 0% R : 229 G : 224 B : 2 #E5F4F8
	C : 0% M : 53% Y : 45% K : 0% R : 245 G : 144 B : 125 #F5907D		C : 31% M : 7% Y : 1% K : 0% R : 170 G : 210 B : 239 #AAD2EF
	C : 1% M : 34% Y : 38 K : 0% R : 247 G : 180 B : 151 #F7B497		C : 100% M : 89% Y : 31% K : 19% R : 31 G : 53 B : 104 #1F3568
	C : 24% M : 19% Y : 18 K : 0% R : 247 G : 180 B : 151 #C0C1C4		C : 75% M : 68% Y : 67% K : 90% R : 0 G : 0 B : 0 #000000

Gambar 4.2 Colour Pallette Logo Kampanye

Logo kampanye ini menggunakan warna yang cerah yang melambangkan semangat dan optimism, namun warna cerah yang soft (tidak mencolok) agar nyaman

dipandang berlama – lama. dalam penggunaannya, warna yang lebih dominan yaitu warna biru dan kuning. Biru berarti bijaksana, percaya diri, dan terkontrol. Sedangkan kuning berarti optimis dan semangat. Warna biru dan kuning ini sangat cocok dengan tujuan dari kampanye ini, dikarenakan untuk membangun kontrol diri, diperlukan kebijaksanaan, optimis, semangat dan percaya diri.

4.2.3 Tipografi



Gambar 4.3 Konsep Tipografi

Font yang digunakan dalam logo kampanye ini adalah font sans serif yaitu TT Commons (Bold & Regular) yang memiliki kesan simple, mudah dibaca dan dipahami. Menggunakan font sans serif agar berkesan tidak terlalu formal dan bersahabat.

4.2.4 Konsep Logo Aplikasi



Gambar 4.4 Logo Aplikasi

Konsep logo aplikasi sama dengan konsep logo kampanye, dengan menggunakan nama aplikasi sama dengan judul kampanye, yaitu “ Wise Shopper”. Namun dalam logo aplikasi hanya menggunakan logogram saja, tanpa logotype supaya lebih jelas, jika ada logotype maka kemungkinan besar tulisan tidak terbaca.

4.2.5 Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan dalam kampanye ini adalah flat design yang menimbulkan kesan simple, modern, mudah dimengerti. Dengan elemen desain dominan flat illustration yang sedang populer saat ini terutama dikalangan remaja. Dan ilustrasi yang tidak terlalu mendetail lebih bisa menyampaikan pesan yang jelas dan mudah dipahami.

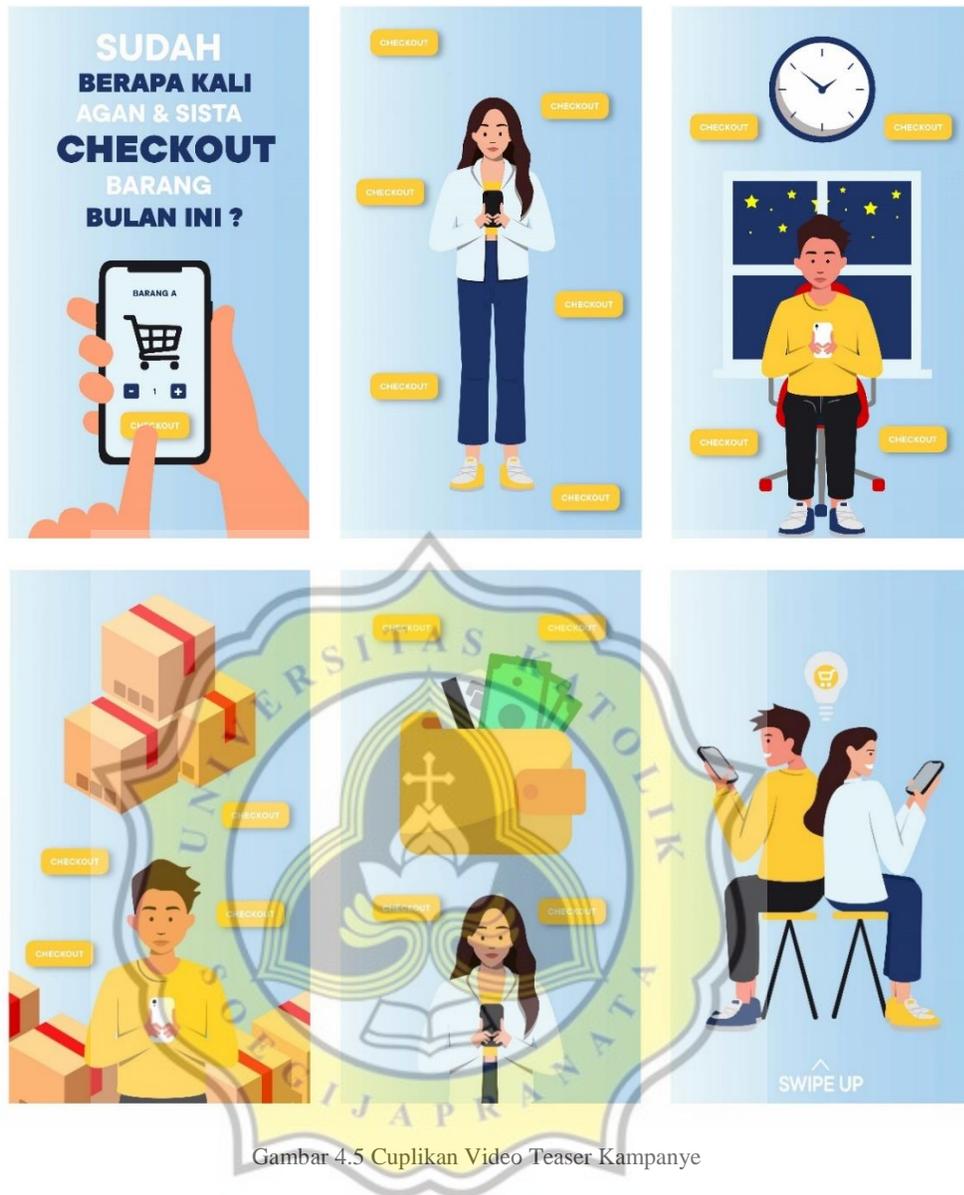
4.3 Visualisasi Desain

4.3.1 Attention

4.3.1.1 Video Teaser

Video teaser ini memiliki 3 pesan utama yaitu kebiasaan berbelanja online tanpa memperhatikan waktu dapat membuang waktu percuma, kebiasaan checkout secara berlebihan dapat menimbulkan masalah keuangan, dan pembelian barang yang tidak sesuai kebutuhan dapat menyebabkan penimbunan barang tidak terpakai.

Dalam teaser ini menggunakan gaya desain flat illustration yang berkesan simple, modern, dan mudah dipahami, dengan tokoh utama pria dan wanita yang merupakan wajah (logo) dari kampanye ini. Dengan menggunakan colour pallete yang serupa dengan colour pallete logo yaitu dominan biru dan kuning yang berkesan optimis, semangat, bijaksana dan terkontrol namun dengan beberapa tambahan warna agar tidak monoton seperti hijau, merah, dan kuning terang. Serta font yang digunakan serupa dengan logo yaitu TT Commons (Bold & medium) Terdiri dari 6 scene sebagai berikut:



Gambar 4.5 Cuplikan Video Teaser Kampanye

4.3.2 Interest

4.3.2.1 Akun Instagram

Akun khusus kampanye “Wise Shopper” ini berisi konten – konten informatif dan persuasif yang berhubungan dengan kontrol diri dalam berbelanja online. Ada yang berupa ajakan, informasi, dan quotes tentang belanja online yang bijak. Bahasa yang digunakan dalam konten ini menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, gabungan dari bahasa Indonesia dan beberapa istilah bahasa Inggris yang mudah dipahami remaja.

Dengan menggunakan colour pallete yang serupa dengan colour pallete logo yaitu dominan biru dan kuning yang berkesan optimis, semangat, bijaksana dan terkontrol. Menggunakan gaya ilustrasi yaitu flat illustration yang berkesan modern, simple, dan punya pesan yang jelas dan mudah dipahami.



Gambar 4.6 Konten Instagram Kampanye



Gambar 4.7 Mockup Konten Instagram

4.3.4 Search

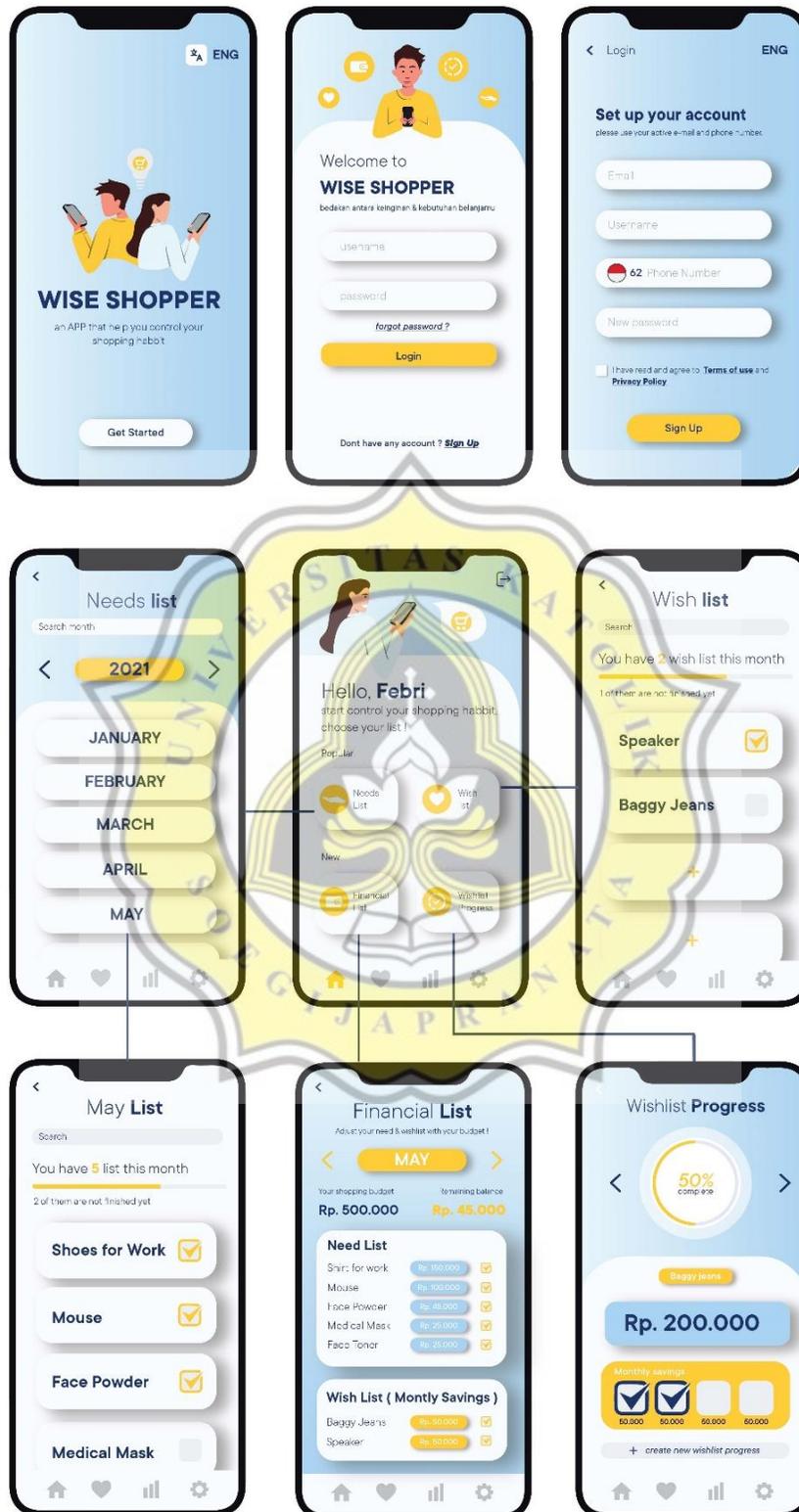
5.3.4.1 Iklan Feed Instagram



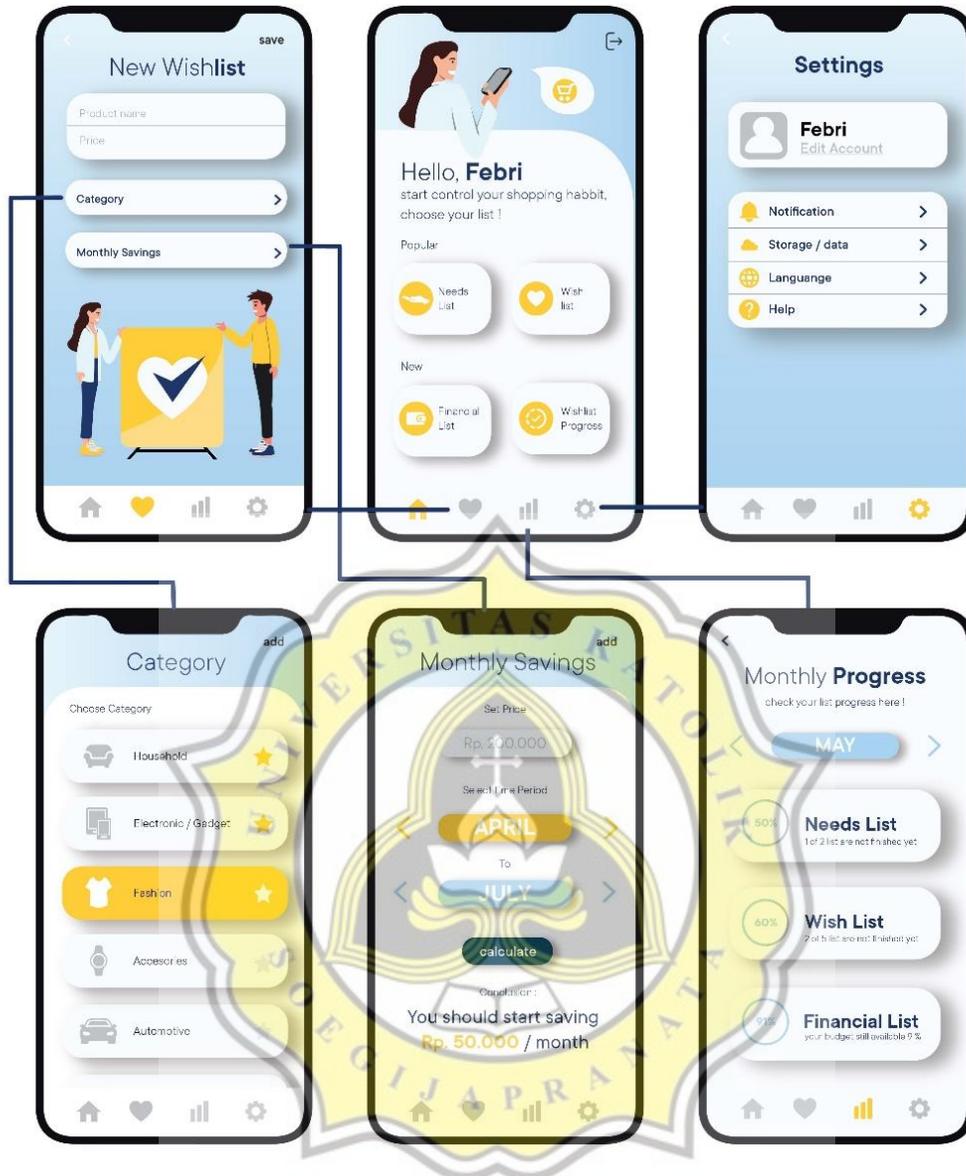
Gambar 4.8 Konten Instagram Tahap Search

Iklan feed instagram ini berisi keunggulan – keunggulan aplikasi pengatur keuangan yang akan segera dirilis. Feed ini menggunakan gaya desain flat style yang memberi kesan simple, bersih, dan jelas. Menggunakan warna yang digunakan dominan biru dan kuning yang berkesan optimis, semangat, bijaksana dan terkontrol. Serta menggunakan font TT Commons (Bold, Medium & light).

4.3.4.2 Aplikasi



Gambar 4.9 Desain Aplikasi Pengatur Kebutuhan Belanja



Gambar 4.10 Desain Aplikasi Pengatur Kebutuhan Belanja 2

Aplikasi ini memiliki 4 menu utama yaitu *wish list*, *need list*, *financial list*, dan *wishlist progress*. Yang dapat membantu *user* untuk mengatur dan membuat daftar kebutuhan, daftar keinginan, dan catatan tabungan untuk membeli barang idaman. Dengan begitu kegiatan berbelanja online akan lebih teratur dan terkontrol.

Kesan yang ingin ditimbulkan dalam aplikasi ini yaitu simple, bersih dan mudah dioperasikan. Gaya desain yang digunakan yaitu flat desain dengan menggunakan elemen icon yang sederhana agar mudah dipahami fungsi dari icon tersebut, menggunakan elemen bentuk lingkaran dan persegi panjang yang berujung melengkung

agar berkesan tidak kaku. Juga tambahan beberapa elemen flat illustration. Dan warna yang digunakan dominan biru dan kuning yang berkesan optimis, semangat, bijaksana dan terkontrol. Serta menggunakan font TT Commons (Bold, Medium & light).

Halaman tampilan pertama berupa halaman *login*, bagi *user* yang sudah memiliki akun maka dapat mengisi username dan password untuk *login*. Namun jika belum memiliki akun maka ada menu kecil dibawah untuk *sign up* (daftar), yang kemudian akan masuk ke halaman daftar yang bisa diisi dengan data diri untuk membuat akun baru.

Jika sudah daftar dan login, maka akan masuk ke halaman beranda, dimana terdapat 4 menu utama yaitu *wish list*, *need list*, *financial list*, dan *wishlist progress*. Halaman *wish list* berisi berbagai daftar barang yang diinginkan, jika barang sudah didapatkan maka user dapat menekan tombol icon centang untuk menandai. Halaman *need list* berisi berbagai daftar barang yang merupakan kebutuhan belanja utama, jika barang sudah didapatkan maka user dapat menekan tombol icon centang untuk menandai.

Halaman *financial list* berisi catatan pengeluaran yang sudah terkalkulasi secara otomatis berdasarkan menu *wishlist* dan *needlist*. User dapat menginput jumlah uang belanja yang nantinya bisa terkalkulasi secara otomatis dan menunjukkan jumlah sisa saldo belanja. Sehingga user dapat memantau pengeluaran belanjanya tiap bulannya. Sedangkan halaman *wishlist progress* berisi progress *wishlist* yang mencatat tabungan perbulan untuk membeli barang idaman.

Kemudian icon hati dibawah tampilan beranda mengarahkan ke halaman new wishlist, jadi di halaman tersebut user dapat mengisi data dari barang idamannya juga menginput harga dan kategori barang untuk dikalkulasi perkiraan tabungan yang harus ditabung perbulannya untuk membeli barang tersebut. sedangkan icon diagram batang dibawah tampilan beranda mengarahkan ke halaman monthly progress, dimana user dapat melihat progress kebutuhan dan keinginannya yang sudah tepenuhi atau belum dalam bentuk persenan. Dan yang terakhir icon gear di bawah mengarahkan ke halaman setting untuk mengatur akun, notifikasi, data, bahasa, dan bantuan.

4.3.5 Action

4.3.5.1 Konten Feed Instagram



Gambar 4.11 Konten Instagram Tahap Action

Konten instagram berupa tutorial singkat untuk mendownload aplikasi “ Wise Shopper” yang hanya butuh tiga langkah. Konten menggunakan gaya desain yang digunakan yaitu flat desain yang memiliki kesan simple, bersih, dan mudah dipahami. . Dan warna yang digunakan dominan biru dan kuning yang berkesan optimis, semangat, bijaksana & terkontrol. Serta menggunakan font TT Commons (Bold, Medium&light).

4.3.6 Share

4.3.6.1 Konten Giveaway



Gambar 4.12 Konten Instagram Tahap Share

Konten giveaway ini berisi kuis yang jawabannya ada di konten – konten instagram di akun Wise Shopper. Gaya desain yang digunakan yaitu flat desain yang memiliki kesan simple dan mudah dipahami. Dan warna yang digunakan dominan biru dan kuning yang berkesan optimis, semangat, bijaksana dan terkontrol. Serta menggunakan font TT Commons (Bold, Medium & light)