

## BAB III

### STRATEGI KOMUNIKASI

#### 3.1 Analisis Data

##### 3.1.1 Kuesioner

Kuesioner *digital* dibuat untuk mengumpulkan data pijakan yang akan digunakan sebagai acuan dasar dalam proses perancangan ini. Melalui kuesioner *digital*, perancang mengumpulkan data mengenai keterkaitan responden dengan *toxic productivity*, kebutuhan atau keinginan responden, dan preferensi responden yang berhubungan dengan perancangan media komunikasi visual. Berikut adalah data yang diperoleh perancang melalui kuesioner *digital*:

##### 1. Profil Responden

Responden yang menjadi target sasaran dalam penelitian ini berada dalam rentang usia 24 hingga 30 tahun. Responden berusia 24 tahun dan 25 tahun adalah responden terbanyak dari total sebanyak 54 orang responden yang terkumpul, dengan rincian persentase sebagai berikut:

24 tahun	25 tahun	26 tahun	27 tahun	28 tahun	29 tahun	30 tahun
11	11	7	8	8	5	4
20.4%	20.4%	13%	14.8%	14.8%	9.3%	7.4%

*Tabel 3. 1 Tabel Data Kuesioner 1*

Dari data yang sudah diperoleh, perancang mendapatkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden yang berjenis kelamin laki-laki, dengan rincian persentase sebagai berikut:

Perempuan	Laki-laki
31	23
57.4%	42.6%

*Tabel 3. 2 Tabel Data Kuesioner 2*

Responden yang mengisi kuesioner penelitian ini merupakan responden yang berdomisili di Kota Semarang. Rincian persentase sebaran wilayah tempat tinggal responden adalah sebagai berikut:

Semarang Utara	Semarang Timur	Semarang Selatan	Semarang Barat	Semarang Tengah
15	11	9	14	15
27.8%	20.4%	16.7%	25.9%	9.3%

Tabel 3. 3 Tabel Data Kuesioner 3

Kuesioner penelitian ini ditujukan kepada responden yang bekerja di sebuah kantor atau perusahaan. Data yang diperoleh terkumpul responden yang memiliki pekerjaan di perusahaan bidang kreatif (22.2%), bidang perbankan (14.8%), bidang retail (14.8%), bidang teknologi (13.5%), bidang media (9.3%), bidang musik (9.3%), bidang hukum (5.6%), bidang kesehatan atau medis (3.75%), bidang makanan dan minuman (1.9%), perpajakan (1.9%), asuransi (1.9%), dan pemerintahan (1.9%).

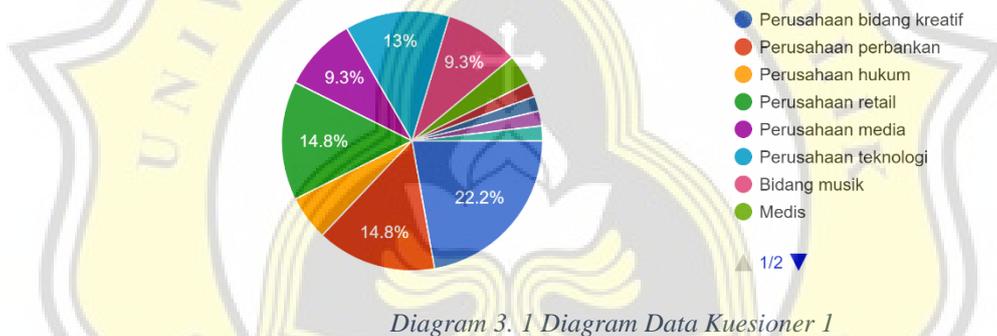


Diagram 3. 1 Diagram Data Kuesioner 1

## 2. Keterkaitan Responden dengan *Toxic Productivity*

Melalui kuesioner yang telah disebar, perancang memperoleh data mayoritas responden penelitian memiliki kebiasaan untuk selalu produktif. Dari 54 orang responden, hanya satu orang responden yang menjawab tidak terbiasa untuk selalu produktif. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian kriteria responden yang dibutuhkan oleh perancang yaitu memiliki kebiasaan untuk produktif.

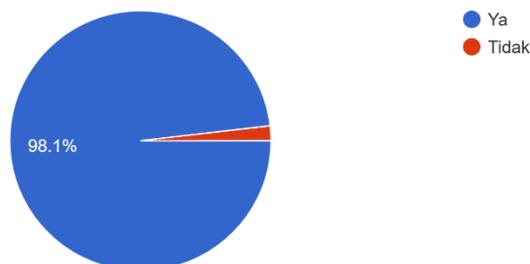


Diagram 3. 2 Diagram Data Kuesioner 2

Mengenai pengetahuan tentang topik permasalahan yang diangkat yaitu *toxic productivity*, data yang terkumpul menunjukkan bahwa sebagian responden sebanyak 31 orang (57.4%) mengetahui apa itu *toxic productivity* dan sebagian lagi sebanyak 23 orang (42.6%) tidak atau kurang mengetahui hal tersebut. Dari data ini, media komunikasi visual yang akan dirancang perlu menghadirkan informasi atau penjelasan seputar *toxic productivity*.

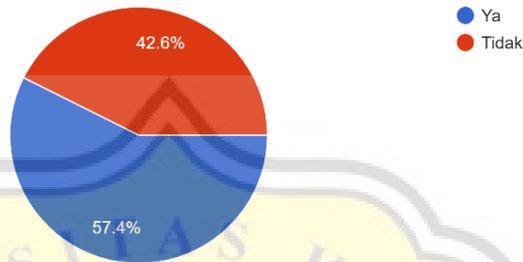


Diagram 3. 3 Diagram Data Kuesioner 3

Perancang juga mencari tahu mengenai pengalaman responden yang berkaitan dengan topik permasalahan dengan rincian sebagai berikut:

No.	Permasalahan	Jumlah Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Pernah mengabaikan waktu istirahat demi pekerjaan atau menjadi produktif	41 (75.9%)	13 (24.1%)
2	Terlalu fokus dengan pekerjaan sehingga tidak ada waktu untuk melakukan kegiatan lain	39 (72.2%)	15 (27.8%)
3	Merasa bersalah jika tidak bekerja lebih lama dari semestinya	35 (64.8%)	19 (35.2%)
4	Terdorong untuk selalu produktif meskipun telah menyelesaikan tanggungan pekerjaan	45 (83.3%)	9 (16.7%)
5	Merasa tidak puas dengan apa yang dikerjakan	48 (88.9%)	6 (11.1%)
6	Terus memikirkan pekerjaan ketika mencoba untuk beristirahat	42 (77.8%)	12 (22.2%)
7	Pernah jatuh sakit karena kelelahan bekerja	40 (74.1%)	14 (25.9%)

Tabel 3. 4 Tabel Data Kuesioner 4

### 3. Perancangan Media dan Kebutuhan Responden

Dari beberapa permasalahan yang ada dan pengalaman responden, peneliti membutuhkan pendapat responden terkait dengan media komunikasi visual yang akan dirancang. Mayoritas responden, sebanyak 52 orang (96.3%) setuju bahwa jika dirancang sebuah media untuk menjaga produktivitas yang sehat, aplikasi dapat menjadi media yang tepat.

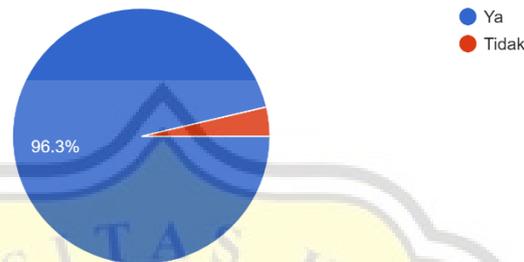


Diagram 3. 4 Diagram Data Kuesioner 4

Agar media komunikasi visual yang dirancang dapat menjadi suatu media efektif bagi target sasaran, perancang juga mencari tahu mengenai apa yang diharapkan atau ingin didapatkan responden dari aplikasi yang akan dirancang. Berikut adalah rangkuman dari jawaban yang telah diberikan oleh responden:

- *Reminder*
  - ✓ *Reminder* yang dapat mengingatkan jika sudah bekerja lewat dari jam kerja yang sewajarnya
  - ✓ Pengingat terkait kegiatan apa saja yang perlu dikerjakan pada hari tersebut sehingga dapat produktif secara efisien
  - ✓ Pengingat seperti *alarm* berapa jam sekali untuk beristirahat atau jalan kecil di ruangan
  - ✓ Pengingat untuk tetap menjaga kesehatan seperti minum air putih, olahraga, menjaga pola makan yang sehat, mengatur waktu dan kualitas tidur
  - ✓ Pengingat *assignment* atau *meeting* yang dilengkapi dengan *memo*
- *Tracker*
  - ✓ *Mood tracker*
  - ✓ *Activity tracker* seberapa jauh telah bekerja
- *Goal setting* untuk meningkatkan efektivitas kerja dengan membuat *plan*
- *Timeline* tiap kegiatan sehingga tersusun dengan rapi dan bisa lebih fokus dengan *goal*

- *To-do list*
- *Journal* harian
- Ruang berdiskusi kepada sesama pengguna aplikasi
- Bimbingan, penyuluhan, atau konseling
- Informasi singkat yang menarik atau tips seputar:
  - ✓ Referensi produktivitas yang baik
  - ✓ Manajemen waktu
  - ✓ Bekerja secara efektif
  - ✓ Gaya hidup yang sehat
- Apresiasi, afirmasi, *quotes*, renungan, penyemangat
- Meditasi untuk membantu *user* merasa rileks setelah bekerja
- Rekomendasi hobi berdasarkan *profile user*
- Penghargaan atau *rewards*

Jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden ini akan dijadikan acuan dalam media aplikasi yang akan dirancang. Ada pula beberapa saran dari 15 responden mengenai media lain yang sekiranya akan lebih efektif dibanding aplikasi, yaitu:

- 8 orang responden menyarankan untuk memberikan informasi atau publikasi melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, dsb
- 4 orang responden menyarankan untuk menggunakan *website*
- 2 orang responden menyarankan *zine* atau buku *digital*
- 1 orang responden menyarankan *motion graphic*

Media-media ini dapat dijadikan pertimbangan sebagai perancangan media pendukung atau pelengkap.

#### 4. Kebiasaan dan Preferensi Responden

Media komunikasi visual yang akan dirancang merupakan media *digital* berupa aplikasi yang dapat diakses di *smartphone*. Dari data yang diperoleh perancang, seluruh responden (100%) menyatakan bahwa menggunakan *smartphone* telah menjadi bagian dalam keseharian responden sehingga menunjukkan adanya kesesuaian dengan perancangan media komunikasi visual ini. Mayoritas responden sebanyak 52 orang (96.3%) juga menunjukkan adanya kebiasaan mengakses media sosial. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media pendukung untuk menyampaikan informasi dan menjangkau target sasaran yang lebih luas.

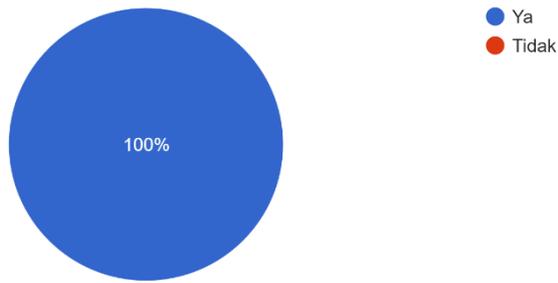


Diagram 3. 6 Diagram Data Kuesioner 5

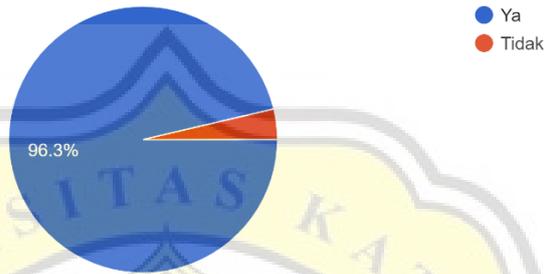


Diagram 3. 7 Diagram Data Kuesioner 6

Terkait dengan penggunaan media sosial, perancang kemudian juga mencari tahu melalui responden penelitian mengenai media sosial apakah yang paling banyak digunakan. Bagian pertanyaan ini dihadirkan dalam bentuk *checklist* sehingga responden dapat memilih satu atau lebih dari beberapa pilihan yang ada. Media sosial yang paling banyak terpilih adalah Instagram, kemudian diikuti oleh Twitter dan Youtube. Berikut adalah rincian jawaban responden:

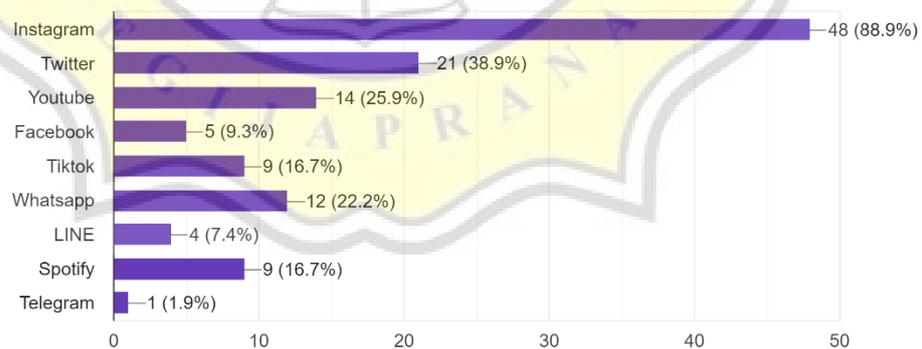


Diagram 3. 5 Diagram Data Kuesioner 7

Perancang juga mencari tahu mengenai preferensi responden terkait dengan elemen visual dalam perancangan media komunikasi visual ini, seperti jenis gaya desain dan warna apakah yang disukai oleh responden. Dari data yang diperoleh, responden lebih menyukai gaya *Flat Design* dengan ilustrasi yang memiliki warna *solid* dan tanpa *border*. Sedangkan untuk warna,

responden lebih menyukai warna pastel dibanding warna yang *vivid*, Hal ini dapat dijadikan acuan dalam pemilihan elemen visual untuk media komunikasi visual yang dirancang. Berikut adalah rincian jawaban responden:

	<b>22</b>	<b>40.7%</b>
	4	7.4%
	17	31.5%
	11	20.4%

Tabel 3. 5 Tabel Data Kuesioner 5

	15	27.8%
	<b>39</b>	<b>72.2%</b>

Tabel 3. 6 Tabel Data Kuesioner 6

### 3.1.2 Wawancara

Perancang melakukan wawancara dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi lebih lanjut terkait topik permasalahan yaitu *toxic productivity* dan pendapat narasumber mengenai media digital yang akan dirancang ini. Wawancara ini dilakukan secara *online* melalui Whatsapp kepada seorang psikolog bernama Ibu Agnes Nihditansu, yang berpraktek di Jl. Stonen Utara I No. 38, Gajah Mungkur, Semarang. Uraian data dari wawancara yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Produktivitas yang baik dan sehat adalah produktivitas yang memiliki keseimbangan antara waktu yang digunakan dengan hasil kerja. Pengukurannya adalah kuantitas dan kualitas dari produktivitas atau kerja harus berbanding lurus.
2. Beberapa faktor yang dapat menyebabkan seseorang terjebak dalam produktivitas yang tidak sehat adalah karena tidak ada *planning*, jumlah pekerjaan yang melebihi batas, mudah terganggu oleh pekerjaan atau tugas lain, dan kurangnya disiplin diri.
3. Untuk mengetahui bahwa produktivitas yang dilakukan menjadi sudah tidak sehat, pada umumnya ditandai dengan munculnya gejala *stress* pada pekerja walaupun hasil kerja atau *output*-nya tidak terhambat, kualitas hasil kerja justru tidak memuaskan, merasa kelelahan, atau menjadi sinis dengan apa yang dikerjakan.
4. *Toxic productivity* dapat memberikan dampak yang berbahaya dan merugikan diri sendiri. Terjebak dalam produktivitas yang tidak sehat dapat mengakibatkan akumulasi *stress* atau *burnout*, kelelahan fisik, menurunnya kualitas dan kuantitas hasil kerja (*output*), lama-lama dapat mengganggu mental, serta mempengaruhi hubungan dengan sesama.
5. Beberapa tips yang dapat diberikan untuk menghindari jebakan produktivitas yang tidak sehat adalah dengan adanya *planning* yang jelas, mengetahui batasan sehingga tidak *over* atau terlalu banyak pekerjaan, memanfaatkan sarana, alat, atau media yang menjaga produktivitas agar tetap efisien dan efektif, dan sesekali dapat mengikuti pengembangan diri.
6. Menurut narasumber, jika dirancang sebuah media yang dapat membantu menjaga produktivitas sehat, aplikasi dapat menjadi media yang tepat. Media aplikasi dapat dirancang sebagai pengingat, penilai, memberikan waspada atau *warning* untuk menghindari terganggunya produktivitas yang sehat.

7. *Reminder, planning* dan *goal setting, tracking* kegiatan, *journal* harian, informasi dan tips, penyuluhan seperti hal-hal yang diharapkan atau diinginkan responden dapatkan melalui aplikasi dapat efektif berguna karena sudah tersedia dari tindakan preventif sampai kuratif.
8. Untuk meditasi yang bertujuan membuat *user* merasa rileks setelah bekerja, narasumber memberikan saran meditasi kuno yaitu *headspace* dapat sangat membantu untuk relaksasi jika dilakukan dengan sungguh-sungguh.

### 3.1.3 Observasi Digital



Gambar 3. 1 Observasi Digital

Melalui BBCiPlayer, seorang psikologis klinis dari Inggris bernama Dr. Julie Smith menjelaskan bahwa *toxic productivity* adalah sebuah keinginan atau obsesi untuk terus mengembangkan diri di atas segalanya sehingga seberapa produktif pun akan muncul rasa bersalah karena tidak berbuat lebih banyak lagi. Ada pula 3 tanda untuk mengetahui bahwa produktivitas itu sudah menjadi tidak sehat, yaitu:

1. Bekerja yang dilakukan terus menerus hingga mengganggu kesehatan diri sendiri atau hubungan dengan sesama.
2. Memiliki ekspektasi atau *goal* yang tidak realistis sehingga selalu merasa kurang cukup.
3. Muncul kegelisahan seperti sulit merasa rileks saat waktu istirahat atau sulit untuk tidur.

Dr. Julie Smith juga menyebutkan beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi tekanan atau menghindari jebakan *toxic productivity*:

1. Menyadari batasan diri sendiri sebagai manusia.
2. *Self-care* menjadi sesuatu yang penting diperhatikan karena baik untuk kesehatan fisik maupun mental.
3. Memiliki hal-hal yang tidak dapat dinegosiasi untuk kepentingan diri sendiri seperti menyediakan waktu untuk makan, berolahraga, dan sebagainya.

4. Membuat *to-do list* untuk mengatur kegiatan, termasuk kegiatan yang dilakukan hanya untuk kesenangan semata.
5. Memberikan semangat, dukungan, dan kebaikan kepada diri sendiri.



Gambar 3. 2 Observasi Digital

### 3.1.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mempermudah proses perancangan dengan mempertimbangkan faktor internal seperti kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal seperti peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) (Soewardikoen, 2019:108).

#### 1. *Strength*

- Menyesuaikan perkembangan zaman sekarang ini yang merupakan era digital.
- Memberikan informasi dan tips yang dapat meningkatkan kesadaran mengenai topik permasalahan yaitu *toxic productivity*.
- Aplikasi dapat dirancang sebagai pengingat untuk menghindari jebakan *toxic productivity*.
- Aplikasi dapat dirancang menggunakan elemen visual yang menarik.
- Menyediakan fitur yang dibutuhkan target sasaran untuk menghindari *toxic productivity* dalam satu media utama yaitu aplikasi.
- Mudah diunduh, diakses, digunakan kapanpun dan dimanapun melalui *smartphone*.

#### 2. *Weakness*

- Media tidak dapat mengatur kesadaran target, hanya sebagai media bantu dan pengingat.
- Membutuhkan biaya yang cukup tinggi dalam perancangan aplikasi.

#### 3. *Opportunity*

- Topik permasalahan yang diangkat merupakan topik yang penting untuk disadari dan dipahami oleh target sasaran.

- Target memerlukan media yang efektif dan efisien sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diinginkan.
- Penggunaan *smartphone* telah menjadi bagian dalam keseharian target.

#### 4. *Threat*

- Target sasaran harus juga harus mengenal diri sendiri terlebih dahulu.
- Berkurangnya penggunaan atau akses aplikasi jika target merasa sudah tidak memerlukan bantuan media pendukung.
- Adanya aplikasi yang sudah ada atau yang akan muncul kedepannya karena topik *toxic productivity* merupakan topik jangka panjang.

#### **3.1.5 Unique Selling Proposition (USP)**

*Unique Selling Proposition* dapat ditentukan dengan menempatkan diri pada posisi khalayak sasaran dan mengetahui apa saja yang dibutuhkannya sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen (Ismi, 2021). Dari analisis SWOT yang telah dilakukan, rumusan USP yang didapatkan adalah menyediakan bantuan yang dibutuhkan atau diinginkan oleh target sasaran untuk menghindari jebakan *toxic productivity* dalam satu media komunikasi visual yaitu aplikasi yang dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone*. Aplikasi dapat dirancang dengan elemen visual yang menarik dan konsisten agar nyaman digunakan.

### **3.2 Sasaran Khalayak**

#### **3.2.1 Geografis**

Segmentasi geografis dalam perancangan ini adalah Kota Semarang, Jawa Tengah. Berdasar buku Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia, Pulau Jawa menjadi pusat penduduk golongan generasi milenial. Jawa Tengah memiliki jumlah penduduk milenial sebanyak 10,6 juta. Pulau Jawa juga mendominasi jumlah pengguna internet di Indonesia yaitu sebanyak 65%.

#### **3.2.2 Demografis**

- Jenis kelamin perempuan dan laki-laki. Perancangan media komunikasi visual ini ditujukan kepada target sasaran secara menyeluruh karena *toxic productivity* dapat dialami oleh siapa saja tanpa terbatas gender, baik itu perempuan maupun laki-laki.
- Usia 24-30 tahun. Rentang usia ini termasuk ke dalam golongan generasi milenial. Pada usia yang tergolong dalam generasi milenial ini memiliki

karakteristik seperti kreatif, informatif, produktif, dan selalu mencari kesempatan untuk mengembangkan kemampuan diri.

- Bekerja di sebuah kantor atau perusahaan.

### 3.2.3 Psikografis

- Banyak menggunakan *smartphone* dalam kesehariannya karena media komunikasi visual yang dirancang akan berupa media *digital*.
- Memiliki kebiasaan untuk produktif
- Selalu ingin mengembangkan diri dan kemampuan
- Menggunakan media sosial

## 3.3 Strategi Komunikasi

Perancangan media komunikasi visual ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi, meningkatkan kesadaran, dan menjadi pengingat untuk menjaga produktivitas yang sehat. Strategi komunikasi menjadi pedoman dalam perancangan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut adalah strategi komunikasi yang digunakan dalam perancangan ini:

### 3.3.1 Media Utama

- Informatif

Strategi komunikasi informatif digunakan dalam perancangan media aplikasi untuk menyampaikan pesan, informasi, maupun tips yang perlu diketahui oleh pengguna. Dalam aplikasi dapat diberikan informasi yang mudah dipahami oleh para pengguna seputar produktivitas yang sehat, efektivitas kerja, gaya hidup yang sehat, dan sebagainya.

- Persuasif

Dalam perancangan aplikasi ini akan digunakan strategi komunikasi persuasif pada sebagian besar fitur yang ada. Strategi komunikasi ini diterapkan dengan penggunaan kalimat ajakan yang komunikatif dan *friendly* dalam menuntun, membantu, mengingatkan, atau mengajak pengguna menerapkan kegiatan dari fitur-fitur yang ada dalam aplikasi ini.

### 3.3.2 Media Pendukung

- Persuasif

Dalam perancangan media pendukung, strategi komunikasi persuasif digunakan dalam publikasi untuk mengenalkan dan menimbulkan kesadaran akan adanya aplikasi ini. Penggunaan kalimat ajakan diharapkan dapat

menarik perhatian khalayak sasaran untuk menggunakan aplikasi tanpa memunculkan kesan yang memaksa.

### 3.4 Strategi Media

#### 3.4.1 Media Utama

Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk merancang sebuah media digital berupa aplikasi yang dapat diakses melalui *smartphone*. Perancangan aplikasi memiliki tujuan untuk membantu menghindari terjadinya *toxic productivity* bagi para pekerja. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari kuesioner, dengan responden pekerja yang berusia 24-30 tahun, mayoritas responden setuju bahwa aplikasi dapat menjadi media yang tepat untuk menjaga produktivitas yang sehat. Melalui wawancara yang dilakukan kepada psikolog juga menyatakan bahwa media aplikasi dapat sangat membantu sebagai pengingat, pencegah, pembimbing untuk menghindari terganggunya produktivitas yang sehat. Struktur navigasi yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah struktur navigasi campuran. Ukuran perbandingan layar yang digunakan adalah 16:9.

##### 3.4.1.1 Konsep Verbal

###### 1. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang akan digunakan dalam perancangan aplikasi ini adalah Bahasa Indonesia dengan gaya bahasa yang ringan, jelas, sesuai dengan standar bahasa dalam menyampaikan informasi sehingga apa yang ingin disampaikan dapat dimengerti dan dipahami sepenuhnya dengan mudah.

###### 2. Konsep Nama

Media *digital* yang berupa aplikasi ini akan menggunakan nama 'noverdo' (/nōvər'doo/), yang merupakan penggabungan dari kata *no* dan *overdo*, dengan artian tidak berlebihan. Aplikasi yang dirancang diharapkan dapat membantu pengguna dalam keseharian produktif secara wajar dan memperhatikan kebutuhan diri sendiri sehingga tidak menjadi sesuatu yang berbahaya. Dipilih nama aplikasi yang singkat dan simpel agar dapat mudah diingat oleh para pengguna.

##### 3.4.1.2 Konsep Visual

###### 1. Gaya Visual

Aplikasi ini akan dirancang dengan gaya visual *Flat Design*. Gaya *Flat Design* minimalis, sederhana, simpel, rapi, bersih, terkesan modern, dan memanfaatkan *white space*. Hal ini diterapkan untuk memunculkan tampilan yang teratur, rapi, jelas, mudah dipahami, dan nyaman diakses oleh para pengguna. *Icon* dalam aplikasi ditampilkan dengan bentuk geometris dengan sudut yang tidak lancip atau lengkung dan lingkaran untuk memberikan kesan yang ramah, tidak kaku, *fun*, dan bersahabat.

## 2. Konsep Warna

Warna yang akan digunakan merupakan warna solid atau blok dengan memberikan satu warna saja tanpa adanya gradasi maupun campuran warna lainnya pada sebuah objek. Tujuannya adalah untuk menyesuaikan gaya desain yang akan digunakan yaitu gaya *Flat Design*. Aplikasi ini akan dirancang dengan warna pastel yang cenderung memberikan kesan cerah dan lembut. Hal ini juga didukung oleh hasil data kuesioner yang didapat bahwa sebagian besar responden lebih memilih warna pastel. Warna utama yang akan diterapkan dalam perancangan aplikasi ini adalah warna ungu dan warna kuning. Warna ungu memiliki keterkaitan atau dapat melambangkan kebenaran, kemakmuran, kebijaksanaan, kualitas terbaik, dan merupakan warna yang mendorong pemikiran. Sedangkan warna kuning terkait dengan kebahagiaan, optimisme, kekuatan emosional, memberikan kesan yang ramah dan hangat.



Gambar 3. 3 Palet Warna Utama

## 3. Konsep Tipografi

Jenis tipografi yang akan digunakan dalam perancangan aplikasi ini adalah jenis *Sans Serif*. *Sans Serif* yang merupakan huruf tanpa kait di ujungnya. Jenis huruf ini memberikan kesan minimalis dan modern sehingga sesuai dengan gaya visual yang diterapkan pada aplikasi. Jenis huruf *Sans Serif* memiliki tingkat keterbacaan huruf yang tinggi

(Rahastine, 2018) sehingga informasi yang ada di dalam aplikasi dapat tersampaikan dengan baik. Penggunaan jenis huruf Sans Serif diterapkan melalui *font* 'Arial Rounded MT Bold' sebagai *font* utama dan *font* 'Louis George Cafe' sebagai *font sekunder*.



**Lorem ipsum dolor  
 Utinam habemus assueverit et est. |  
 Ex eam nusquam commune. Vis eu |  
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quae  
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no.  
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua intereset. L  
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudi  
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit volupta**

Gambar 3. 5 Font Arial Rounded MT Bold (Sumber: fontgeeks)



ABCDEFGHIJKLMNOP  
QRSTUVWXYZabcdefghijklmnop  
hijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,:;'!"!#@#\$%&\*{( / \ ) }

Gambar 3. 4 Font Louis George Café (Sumber: blogfonts)

#### 4. Ilustrasi

Ilustrasi hadir sebagai informasi visual yang tidak berupa teks. Ilustrasi yang akan ditampilkan dalam perancangan aplikasi ini adalah ilustrasi dua dimensi untuk menyesuaikan dengan style *Flat Design* yang diterapkan dalam tampilan aplikasi. Berdasarkan sifatnya, ilustrasi yang akan dimunculkan dalam perancangan aplikasi termasuk sebagai ilustrasi informatif yang memiliki tujuan untuk mendukung, memperjelas, atau menggambarkan informasi yang ingin disampaikan. Sedangkan berdasarkan fungsinya, ilustrasi dalam perancangan aplikasi ini memiliki fungsi sebagai *visual interpretation* yang bertujuan untuk memperjelas atau menginterpretasikan tulisan ke dalam bentuk visual.

#### 5. Tampilan Aplikasi:

- Halaman awal: merancang *splash screen* yang menampilkan logo dari aplikasi.
- Halaman pembuka: merancang tampilan *welcome page* yang menyajikan keterangan singkat melalui aplikasi serta tampilan fitur *signup* dan *signin/login* untuk mendaftarkan *profile* di aplikasi.
- Halaman beranda: merancang tampilan *home* aplikasi yang menyediakan pilihan fitur-fitur tersedia.
- Halaman lanjutan: merancang setiap fitur yang disediakan sesuai dengan kebutuhan.

#### 6. Fitur:

- Fitur informasi: ditampilkan seperti *library* yang berisi informasi atau tips menarik mengenai produktivitas yang sehat, manajemen waktu dan kegiatan, gaya hidup yang sehat, dan sebagainya.
- Fitur produktivitas: memiliki fungsi untuk membuat daftar dan menyusun semua pekerjaan atau kegiatan yang akan dilakukan setiap harinya. Pengguna dapat mengetahui kegiatan apa saja yang masih harus dilakukan, yang sedang dilakukan atau dalam progres, serta kegiatan yang telah selesai dilakukan. Pengguna juga dapat menentukan kegiatan mana yang menjadi prioritas dan menyalakan pengingat (*reminder*). Akan ada pula catatan *tracking* seluruh waktu dari daftar kegiatan setiap harinya.
- Fitur kesehatan: Fitur ini disediakan untuk membantu dan memberikan pengingat bagi para pengguna untuk tetap menjaga kesehatan ditengah kegiatan produktif setiap harinya. Fitur ini terbagi menjadi 4 bagian utama yaitu minum, makan, olahraga, dan tidur
- Fitur hobi: Menyediakan berbagai macam rekomendasi hobi yang dapat dipilih dan dilakukan oleh para pengguna sebagai *refreshing* ditengah-tengah keseharian yang produktif untuk menghindari kejenuhan dari bekerja serta sebagai bentuk apresiasi pada diri sendiri.
- Fitur *diary*: fitur *diary* ini berfungsi seperti jurnal harian yang menjadi bagian dari *self-care* yang dapat dilakukan pengguna melalui refleksi diri untuk mengembangkan pikiran positif dan mengurangi tingkat stres.

- Fitur *social*: melalui fitur ini pengguna dapat menemukan atau mencari sesama pengguna aplikasi untuk berinteraksi, diskusi, *sharing*, membantu, dan interaksi sebagainya.
- Fitur *daily message*: fitur ini memberikan pesan singkat seperti *quotes* positif, afirmasi, motivasi, penyemangat yang akan muncul saat pengguna masuk ke dalam aplikasi. Pesan ini akan terus berbeda setiap harinya.
- Notifikasi: muncul sebagai pengingat berisi pesan singkat menggunakan kalimat ajakan atau saran yang diberikan secara otomatis oleh aplikasi.

### 3.4.2 Media Pendukung

Media yang akan digunakan sebagai pendukung adalah media sosial untuk menjangkau target sasaran yang lebih luas. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari kuesioner, penggunaan media sosial merupakan saran yang paling banyak terkait media lain selain aplikasi yang sekiranya efektif. Selain itu, mayoritas responden sering menggunakan media sosial dan Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden. Melalui media sosial Instagram akan menampilkan informasi baik itu mengenai media aplikasi yang telah dirancang maupun terkait topik permasalahan yang diangkat yaitu *toxic productivity*.

### 3.5 Perencanaan Biaya Kreatif

No	Keterangan	Biaya	Subtotal
1.	Media Aplikasi:		
	- Desain aplikasi (100-160 jam pembuatan)	Rp. 70.000.000,00	Rp. 70.000.000,00
	- Registrasi ke <i>Playstore</i>	Rp. 350.000,00	Rp. 350.000,00
	- Registrasi ke <i>App Store</i>	Rp. 1.420.000,00	Rp. 1.420.000,00
2.	Instagram <i>Ads</i> (1 bulan, menjangkau 640 – 1700 orang)	Rp. 100.000,00/hari	Rp. 3.000.000,00
<b>Total</b>			<b>Rp. 76.270.000,00</b>

Tabel 3. 7 Tabel Rencana Anggaran