

## BAB IV STRATEGI KREATIF

### 4.1 Konsep Verbal

Sesuai target *audience* yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perancangan desain aplikasi ini akan menggunakan gaya bahasa verbal dan visual yang sesuai dengan mahasiswa khususnya di kota Semarang. Perancangan ini memiliki ide **Bagi Rasa**. Pada hal ini, bagi rasa yang dimaksud adalah target dapat mencurahkan rasa yang mungkin tidak dapat disampaikan pada orang lain pada aplikasi ini. Aplikasi ini yang akan menjadi wadah bagi target *audience* untuk dapat merasakan rasa yang sama, dengan harapan target yang menggunakan aplikasi ini nantinya dapat melepaskan stres dan dapat menjadi pribadi yang lebih baik.

#### 4.1.1 Aplikasi

1. Nama

Sesuai dengan konsep perancangan yang akan dibuat, maka aplikasi ini diberi nama **Nuraga**. Nuraga merupakan kata bahasa Indonesia yang memiliki arti yang sama sesuai konsep yang digunakan, yaitu berbagi rasa atau simpati.

2. Tagline

Tagline yang akan digunakan untuk perancangan ini adalah **Jangan ragu tuk berbagi, karena kamu tak sendiri** dimana tagline ini menegaskan bahwa target/pengguna tidak sendirian dalam menghadapi stres yang mereka rasakan, karena mereka dapat membagikannya pada aplikasi ini.

3. Halaman awal

Pada saat target menggunakan aplikasi, halaman awal aplikasi akan berupa logo, nama aplikasi dan juga gambar gedung universitas. Pada halaman awal aplikasi akan ada *call to action* bertuliskan masuk yang kemudian akan mengarahkan *user* pada halaman selanjutnya. Untuk pengguna baru, akan muncul *bubble chat* yang bertanya “Hei! Kita belum berkenalan. Siapa namamu?” Setelahnya, *user* dapat mengetikkan nama mereka (atau bagaimana mereka ingin dipanggil), dan nama itu yang akan

digunakan aplikasi untuk menyapa *user* pada saat menggunakan aplikasi kembali.

#### 4. *Mood Tracking*

Dari halaman awal, target secara otomatis akan diarahkan pada halaman *mood tracking*. Halaman ini berguna untuk mengetahui kondisi *mood user* pada saat menggunakan aplikasi. Aplikasi akan menyapa *user* dengan kalimat “Hai (*user*), bagaimana kabarmu hari ini?” dan *user* dapat memilih jawaban sesuai dengan keadaan mereka pada saat itu. Ada 5 *mood*/perasaan yang dapat dipilih oleh *user*, yaitu sangat buruk, buruk, biasa, baik, sangat baik. Jawaban yang diberikan aplikasi akan bergantung dari *mood* yang dipilih oleh *user* sebelum berlanjut pada halaman berikutnya.

- a. Sangat buruk : “Meski harimu buruk, gapapa ya. Istirahat dulu sebentar, pasti ada jalannya. Satu-persatu, gak masalah kok. Kamu pasti bisa!”
- b. Buruk : “Ngga apa-apa, kamu sudah berusaha keras hari ini. Terima kasih sudah berjuang, ayo lakukan sesuatu agar kamu merasa lebih baik!”
- c. Biasa : “Ngga apa-apa, setidaknya kamu tidak merasa terpuruk atau bersedih. Hari esok tidak ada yang tahu, kudoakan semoga lebih baik dari hari ini, ya!”
- d. Baik : “Syukurlah kalau harimu baik, semoga hari esok akan menjadi hari yang lebih banyak membawa senyum dan kebahagiaan untukmu!”
- e. Sangat baik : “Baguslah kalau hari ini sangat baik untukmu. Kamu sudah berjuang keras hari ini, tetap semangat ya untuk hari esok!”

#### 5. Fitur yang tersedia

Di halaman *mood tracking*, *user* akan diarahkan pada halaman selanjutnya. Pada halaman ini, *user* akan disapa dengan kalimat “Jadi, apa yang mau kamu lakukan hari ini, (*user*)?” dan kemudian dapat memilih fitur yang akan mereka gunakan. Dalam aplikasi ini, akan ada 2 kategori fitur utama yang dapat digunakan, yang pertama permainan yang membantu target untuk melampiaskan stres yang mereka rasakan, dan yang kedua fitur untuk membantu menenangkan target sehingga dapat merasa lebih baik dan

rileks. Fitur yang pertama bernama Angkara dan fitur yang kedua bernama Samudra. Masing masing dari fitur tersebut memiliki tiga kategori yang dapat digunakan oleh target untuk membantu mereka.

## 6. Angkara

Fitur Angkara merupakan fitur yang membantu target untuk melampiaskan rasa stres yang mereka rasakan dengan 3 permainan yang ada dalam fitur ini. *User* akan disambut dengan kalimat “Ayo, (*user*), akan kubantu untuk melampiaskan perasaanmu hari ini.” sebelum memilih fitur yang akan mereka gunakan.

### a. Riak

Riak merupakan kata dalam bahasa Indonesia yang memiliki arti gelagat atau gerak-gerik yang menjadi tanda bahwa ada sesuatu di dalam hati dan juga getaran (udara). Fitur ini diberi nama riak karena permainan ini menggunakan suara, dengan tujuan agar *user* dapat melepaskan hal yang mengganjal dalam hatinya.

Pada fitur ini, *user* diajak untuk melawan perasaan negatif yang mereka rasakan agar dapat merasa lebih baik, seperti misalnya kecemasan, pikiran negatif dan *overthought*.

- Pada saat memulai permainan : “Perasaan negatif apa yang mau kamu lawan saat ini, (*user*)?”
- Pada saat selesai memilih : “Kalau begitu ayo kita lawan perasaan itu bersama-sama!”
- Penjelasan soal permainan : “Permainan ini dimainkan dengan menggunakan suara. Semakin keras suara, maka jangkauan musuh yang dilawan akan semakin jauh. Kamu bisa melampiaskan perasaan di sini, sekaligus melawan perasaan negatif yang kamu rasakan. Jangan ragu untuk berteriak, oke? Sudah siap? Ayo kita mulai, (*user*)!”
- Pada saat menyelesaikan permainan : “Bagaimana? Sudah merasa lega? Atau kamu masih mau melakukannya lagi?”
- Jawaban ya : “Baiklah, ayo kita lakukan lagi, (*user*)!”

- Jawaban tidak : “Terima kasih karena sudah mau melawan perasaan negatif itu bersamaku, (*user*). Kamu sudah melakukannya dengan sangat baik!”

b. Antara

Antara berarti di tengah dua benda (tempat, orang, batas) atau dua waktu (bilangan, peristiwa). Fitur ini diberi nama antara, karena permainan ini memiliki tujuan agar *user* tidak berpura-pura atau menutupi perasaan yang tengah dirasakan. *User* berada di antara perasaan asli yang tengah dipendam dan perasaan palsu yang ditunjukkan, dengan permainan ini diharapkan *user* mau mengakui apa yang tengah dirasakannya tanpa perlu berpura-pura.

Permainan ini dilakukan dengan cara menggulir (*slide*) layar untuk menghancurkan topeng. Dalam hal ini, topeng diibaratkan sebagai perasaan yang selama ini ditunjukkan oleh user untuk menutupi dan memendam perasaan sebenarnya yang dirasakan oleh *user*.

- Pada saat memulai permainan : “Jangan memendam perasaanmu sendirian, jangan berpura-pura. Perasaanmu itu valid kok, (*user*). Jangan menutupinya ya. Kalau kamu marah, marah saja. Kalau kamu sedih, ya menangis. Kenapa berpura-pura baik-baik saja kalau nyatanya sedang tidak baik? Karena kita berhak, punya rasa marah, sedih, kecewa, atau apapun itu.”
- Penjelasan soal permainan : “Ayo kita hancurkan topeng-topeng itu! Kamu cukup melemparkan bola cat ke topeng. Bola cat itu sebagai tanda, bahwa warna-warni emosi yang kamu rasakan, semuanya valid. Kamu dapat menghancurkannya sebanyak yang kamu bisa, (*user*). Sudah siap? Ayo kita mulai, (*user*)!”
- Setelah menyelesaikan permainan : “Bagaimana? Rasanya lebih baik, kan? Apa kamu masih mau melakukannya lagi?”
- Jawaban ya : “Kalau begitu, ayo kita hancurkan topeng lainnya lagi!”
- Jawaban tidak : “Seperti yang sudah kukatakan tadi, perasaanmu itu valid. Jadi jangan pernah menyembunyikannya dibalik topeng ya, (*user*)!”

### c. Cara

Cara memiliki arti usaha atau jalan yang harus ditempuh. Fitur ini diberi nama cara, karena fitur ini akan menjadi salah satu usaha atau jalan yang ditempuh *user* untuk mengeluarkan dan membuang perasaan negatif yang mereka rasakan.

Pada fitur ini, *user* dapat menuliskan atau mengeluarkan perasaan negatif yang mereka pendam pada sebuah kertas jurnal. Nantinya kertas itu akan dirobek dan dibuang sebagai tanda bahwa mereka membuang perasaan negatif yang tengah dirasakan.

- Saat memasuki fitur : “Dibanding memendam dan menumpuk perasaan negatif terus menerus, lebih baik perasaan itu dikeluarkan dan dibuang. Kamu bisa menumpahkan apapun di sini, (*user*). Amarah, keluhan, emosi apapun itu, kamu bisa mengeluarkannya dengan bebas. Jangan khawatir! Aku tidak akan mengintip, kok?”
- Tulisan pada bagian depan jurnal : “Lembaran kosong. Hanya sekadar lembaran yang dibiarkan kosong, untuk menjadi tempat berkisah tentang apa saja yang mengganjal dalam dada; untuk kemudian dibuang dalam rangka melepas sesak yang bersarang dalam rongga.”
- Saat selesai menggunakan fitur : “Bagaimana, apa kamu sudah merasa lega setelah membuang perasaan negatif yang ada?”
- Jawaban belum : “Ayo tumpahkan perasaanmu lagi di sini, (*user*)!”
- Jawaban sudah : “Kamu hebat karena kamu mau membuang perasaan negatif itu, (*user*)! Terima kasih ya karena sudah berusaha sampai saat ini!”

### 7. Samudra

Fitur Samudra adalah fitur yang berfungsi untuk memenangkan target sehingga dapat merasa lebih baik dan rileks. Di dalam fitur ini, ada 3 fitur yang dapat membantu *user* untuk melakukan relaksasi. Begitu memasuki fitur samudra, *user* akan kembali diajak berbincang dengan kalimat “Hari ini berat ya? Ngga apa-apa, (*user*). Kutemani untuk menenangkan diri, ya?” sebelum memilih fitur yang akan mereka gunakan.

a. Aria

Kata Aria memiliki arti nyanyian tunggal atau permainan musik yang sendu dan dibawakan dengan penuh perasaan. Fitur ini diberi nama Aria karena memiliki fungsi untuk memutar musik dan lagu dengan tujuan menghibur, menenangkan, atau membantu meluapkan emosi yang dirasakan user *user*.

Melalui fitur ini, *User* dapat memilih kata kunci yang sesuai dengan perasaan yang sedang dirasakan dan mendapatkan saran lagu-lagu yang sesuai dengan kata kunci yang dipilih. Fitur ini akan terhubung ke aplikasi pemutar lagu yang dimiliki *user* (misalnya spotify) sehingga *user* dapat langsung mendengarkan lagu yang diinginkan.

- Saat memasuki fitur : “Ayo kita cari tempat yang nyaman terlebih dahulu sebelum kamu berdiam untuk menenangkan diri, (*user*). Perasaan apapun yang sedang ada di dalam dirimu, jangan ditahan, ya? Kamu gak sendiri, kok, (*user*). Ada aku di sini. Nah, sekarang ayo kita cari lagu yang cocok dengan perasaanmu saat ini ya, (*user*)!”
- Sebelum memilih kata kunci : “Jadi, apa yang kamu rasakan saat ini, (*user*)?”
- Saat selesai menggunakan fitur “Bagaimana perasaanmu setelah mendengarkan lagu, (*user*)? Apa merasa lebih baik? Apakah kamu masih mau mendengar lagu lain?”
- Jawaban ya : “Ayo cari lagu lain untuk menenangkan diri! Apa yang kamu rasakan saat ini, (*user*)?”
- Jawaban tidak : “Kuharap kamu sudah merasa lebih baik dibanding sebelumnya, (*user*). Semoga lagu yang kamu dengarkan tadi dapat menghiburmu!”

b. Grahita

Grahita berarti memahami dan mengerti. Fitur ini diberi nama grahita untuk menunjukkan bahwa aplikasi ini memahami perasaan yang tengah dirasakan *user*, dan ingin membantu *user* untuk menenangkan dirinya.

Fitur grahita memiliki fungsi untuk membantu *user* mengatur pernafasan agar dapat merasa lebih tenang dalam durasi waktu setengah menit (30 detik).

- Saat memasuki fitur : “Hari ini berat sekali untukmu ya, (*user*)? Gapapa, kamu boleh kok merasa lelah, kamu boleh istirahat sejenak dari semuanya. Ayo tenangkan diri beramaku ya, (*user*). Gapapa kok, kamu cukup ikuti saja instruksiku, ya?”
- Saat selesai menggunakan fitur : “Bagaimana, (*user*)? Sudah lebih tenang? Apa mau melakukannya lagi?”
- Jawaban ya : “Baiklah, ayo lakukan lagi bersamaku ya, (*user*)!”
- Jawaban tidak : “Aku harap kamu sudah merasa lebih baik, (*user*). Oh ya, kamu mungkin penasaran, ‘kenapa sih kok pakai balon?’ Iya ngga, (*user*)? Ibaratkan balon itu sebagai dirimu. Udara yang ditiupkan ke balon itu perasaan atau masalah yang selama ini kamu hadapi. Kalau balon terus-menerus terisi udara, lama-kelamaan dia akan pecah, kan? Sama seperti dirimu sendiri, (*user*). Hal-hal yang kamu pendam itu membuat dirimu lelah. Jadi, jangan dipendam ya! Keluarkan saja apa yang mengganjal dalam hati.”

c. Kintaka

Kintaka memiliki arti arsip. Fitur ini diberi nama kintaka, karena fitur ini akan menjadi arsip dari hal-hal baik yang diceritakan dan ingin disimpan oleh *user*.

Pada fitur ini, *user* dapat menuliskan perasaan mereka pada jurnal. Berbeda dengan Cara, Kintaka memiliki fungsi untuk menuliskan hal yang ingin disimpan oleh *user* sehingga dapat dibaca lagi dikemudian hari.

- Saat memasuki fitur : “Meski terasa berat atau melelahkan, pasti paling tidak ada satu hal baik yang terjadi pada hari ini, iya kan, (*user*)? Cobalah untuk menuliskan hal baik yang terjadi, agar kamu selalu ingat bahwa masih ada banyak hal baik dan positif yang bisa didapatkan. Jadi, apa yang mau kamu ceritakan hari ini, (*user*)? Aku akan mendengarkan ceritamu dengan senang hati!”

- Tulisan pada bagian depan jurnal : “Jurnal harian. Hanya sekadar lembaran penuh kisah, tempat untuk berbagi cerita, menyimpan hal baik untuk dikenang, patut diingat oleh diri; Bahwa masih ada banyak hal baik yang sanggup tertoreh dalam suatu kanvas kehidupan.”
- Saat selesai menggunakan fitur : “Terima kasih sudah mau bercerita padaku, (*user*)! Kamu sudah melakukan yang terbaik hari ini. Kamu hebat! Semoga hal yang kamu ceritakan dan tulis di sini, dapat menjadi hal yang menguatkan dirimu di lain waktu ya, (*user*)!”

#### 4.1.2 Logo

Logo berupa logogram berbentuk kotak dengan 3 huruf yang ada pada kata Nuraga. Bentuk kotak pada logo sebagai gambaran perasaan target pengguna yang tidak dapat disampaikan atau dikeluarkan dengan baik, hanya dipendam dalam diri (dalam kotak). Maka aplikasi ini ada untuk membantu mereka mencurahkan perasaan yang selama ini hanya mereka pendam. Font yang digunakan merupakan font fredoka one yang memberikan kesan simple dan juga santai, sehingga sesuai dengan target yang dituju.

#### 4.1.3 Iklan dan Promosi

Untuk iklan dan media promosi aplikasi ini akan melalui sosial media, khususnya menggunakan instagram dengan gaya bahasa yang digunakan adalah non-formal. Pada postingan iklan akan mengenalkan nama aplikasi dan juga artinya, dan juga mencantumkan tagline aplikasi. Untuk promosi aplikasi akan melalui konten instagram yang berisi tentang fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi dan juga keunggulan aplikasi ini.

##### 1. *Headline*

*Headline* digunakan sebagai untuk menarik atensi target agar mau melihat iklan atau promosi aplikasi Nuraga. Salah satu contoh *headline* yang akan digunakan pada iklan atau pada konten promosi aplikasi Nuraga adalah “Sudahkah kamu membagi rasa hari ini?”

## 2. Sub headline

*Sub headline* untuk memperjelas kalimat yang digunakan pada *headline*. Salah satu contoh yang digunakan pada iklan atau promosi adalah “Jangan khawatir, kamu bisa membagikan apapun pada Nuraga.”

## 3. Caption

Salah satu contoh caption yang digunakan adalah “Mungkin hari ini berat, namun hari esok belum ada yang tahu. Nggak apa, semuanya akan baik-baik saja. Jangan dipendam sendiri, kamu bisa berbagi disini.”

## 4. Mandatory

Mandatory yang ada pada perancangan aplikasi ini adalah nama aplikasi (Nuraga), *tagline* (Jangan ragu tuk berbagi, karena kamu tak sendiri), sosial media Nuraga ([instagram.com/nuraga.app](https://www.instagram.com/nuraga.app)), link download pada aplikasi ([play.google.com/store/apps/nuraga](https://play.google.com/store/apps/nuraga) dan [apps.apple.com/id/app/nuraga](https://apps.apple.com/id/app/nuraga)), dan juga link website ([www.nuraga.app.com](http://www.nuraga.app.com)).

## 4.2 Konsep Visual

Secara visual, konsep **Bagi Rasa** digambarkan dengan desain yang akrab, sederhana, simple, dan juga hangat agar target yang menggunakan aplikasi ini dapat merasa seperti berkomunikasi dengan teman sesamanya, sehingga tidak ada keraguan pada saat target ingin mencurahkan apa yang dirasakannya kepada aplikasi Nuraga.

### 4.2.1 Gaya Desain

Gaya desain yang akan digunakan dalam perancangan ini berupa *flat design* dengan ilustrasi vektor semi realis. Gaya desain ini digunakan karena memiliki kesan yang simpel, modern, dan juga menyenangkan.



**Gambar 4.1.** Contoh referensi gambar *flat design*

Sumber : freepik.com, diakses pada hari Selasa, 1 Juni 2021 pukul 16.00 WIB.

## 4.2.2 Tipografi

Tipografi yang digunakan pada perancangan ini adalah tipografi yang berjenis san serif, dengan dua jenis font yang digunakan yaitu font Fredoka One dan Montserrat.

### 1. *Primary Font*

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % & \* ( ) , . / < > ?**

Fredoka One digunakan karena memiliki kesan santai, tidak formal, sesuai dengan target sasaran yang dituju. Font ini digunakan untuk logo atau untuk teks yang bertujuan menarik atensi target seperti *headline*.

### 2. *Secondary Font*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % & \* ( ) , . / < > ?

Montserrat digunakan karena memiliki kesan yang simple dan santai. Font ini digunakan untuk teks yang dimunculkan pada saat interaksi target dengan aplikasi, sehingga target seolah tengah berbicara dengan temannya.

## 4.2.3 Warna

Warna yang digunakan pada perancangan ini dibagi menjadi dua, yaitu *primary color* dan warna *secondary color*. Warna-warna yang digunakan adalah warnayang dapat memberikan kesan akrab dan hangat.

## 1. *Primary color*

#31319B	C : 96 Y : 0	M : 96 K : 0	R : 49 G : 49 B : 155
#50309E	C : 84 Y : 0	M : 94 K : 0	R : 80 G : 48 B : 158
#FF7844	C : 0 Y : 78	M : 66 K : 0	R : 255 G : 120 B : 68
#FFFFFF	C : 0 Y : 0	M : 0 K : 0	R : 255 G : 255 B : 255

**Gambar 4.2.** *Primary color*

Warna yang digunakan sebagai *primary color* adalah warna biru, ungu, jingga, dan putih. Warna biru memberikan kesan ketenangan dan dapat dipercaya, warna ungu dapat mengartikan kekuatan mental, juga dapat memberi kesan damai dan juga saling memahami. Warna jingga memberikan kesan hangat dan kegembiraan, sementara penggunaan warna putih memberikan kesan keterbukaan, simpel dan juga kebebasan.

## 2. *Secondary color*



**Gambar 4.3.** *Secondary color*

Warna yang digunakan pada *secondary color* adalah warna turunan dari *primary color* dan dapat memberi kesan akrab dan hangat.

## 4.2.4 Layout

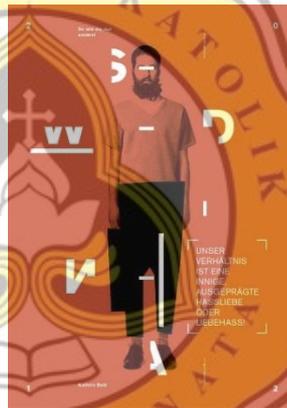
### 1. *Sequence*

Untuk alur membaca aplikasi digunakan alur I, sehingga target membaca dari atas lalu menurun kebawah. Sementara untuk iklan dan promosi alur yang digunakan adalah alur I dan alur L.



**Gambar 4.4.** Contoh referensi alur I pada aplikasi

Sumber: pinterest.com, diakses pada hari Selasa, 1 Juni 2021 pukul 15.35 WIB.

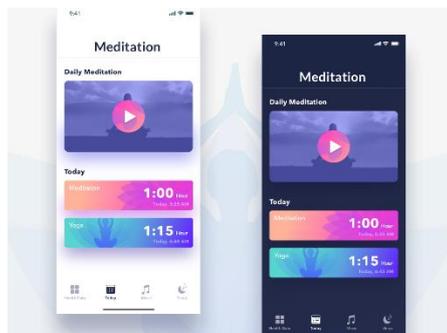


**Gambar 4.5.** Contoh referensi alur L pada poster

Sumber: pinterest.com, diakses pada hari Selasa, 1 Juni 2021 pukul 16.04 WIB.

### 2. *Emphasis*

Penekanan yang digunakan pada layout aplikasi adalah penekanan pada fitur aplikasi yang ada.

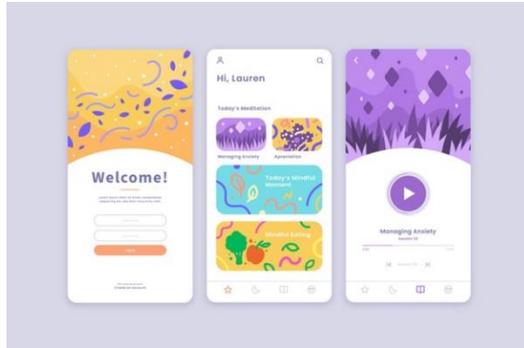


**Gambar 4.6.** Contoh referensi penekanan pada fitur

Sumber: pinterest.com, diakses pada hari Minggu, 6 Juni 2021 pukul 13.34 WIB.

### 3. *Balance*

Keseimbangan yang digunakan pada layout aplikasi adalah keseimbangan simetris.



**Gambar 4.7.** Contoh referensi keseimbangan simetris

Sumber: freepik.com, diakses pada hari Minggu, 6 Juni 2021 pukul 13.36 WIB.

### 4. *Unity*

Unity pada perancangan layout ini kesan akrab yang ditimbulkan dari desain-desain yang ada, sederhana, simpel, dan juga kesan hangat.

## 4.3 Visualisasi Desain

Dari konsep verbal dan konsep visual yang telah dijabarkan, visualisasi desain dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

### 4.3.1 Logo



**Gambar 4.8.** Skema Logo Nuraga

Logo berupa dua bentuk, *logogram* dan *logotype*. Logo ini dapat dilepas menjadi *logogram* saja. *Clear area* logo 35 px dari ukuran master, dengan font menggunakan font fredoka one, dan visual sebagai berikut.



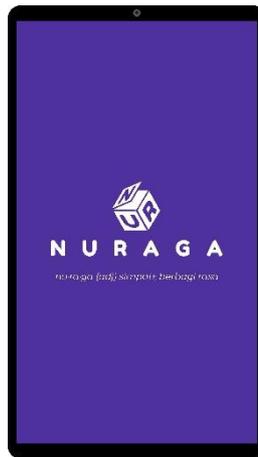
Gambar 4.9. Logo Nuraga

### 4.3.2 Aplikasi Nuraga

Ukuran yang digunakan untuk desain aplikasi Nuraga adalah 9:16 (540 x 960 px). Gaya visual yang digunakan adalah flat desain dengan menggunakan *primary color* sebagai warna yang digunakan untuk menekankan hal-hal penting pada aplikasi seperti tombol, fitur, dan teks, sementara *secondary color* sebagai warna lainnya. *Primary font* digunakan pada logotype, sementara teks lainnya yang ada pada aplikasi menggunakan *secondary font* yaitu Montserrat (teks balon obrolan 20 pt, nama fitur 32 pt dan 28 pt, keterangan fitur 12 pt). Alur membaca yang digunakan adalah alur I, dengan penekanan pada nama fitur dan fitur yang tersedia, menggunakan keseimbangan simetris dan asimetris. *Unity* berupa kesederhanaan, simple, dan kesan hangat.



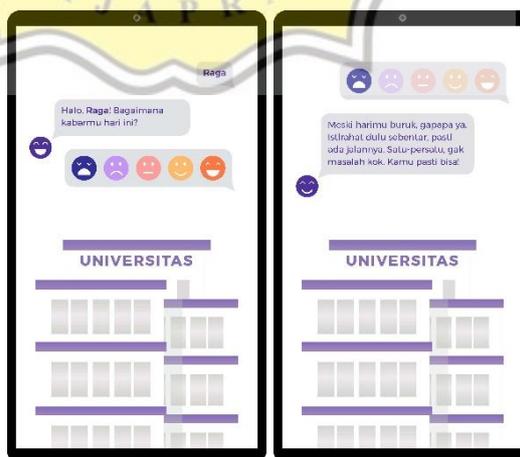
Gambar 4.10. Skema aplikasi Nuraga



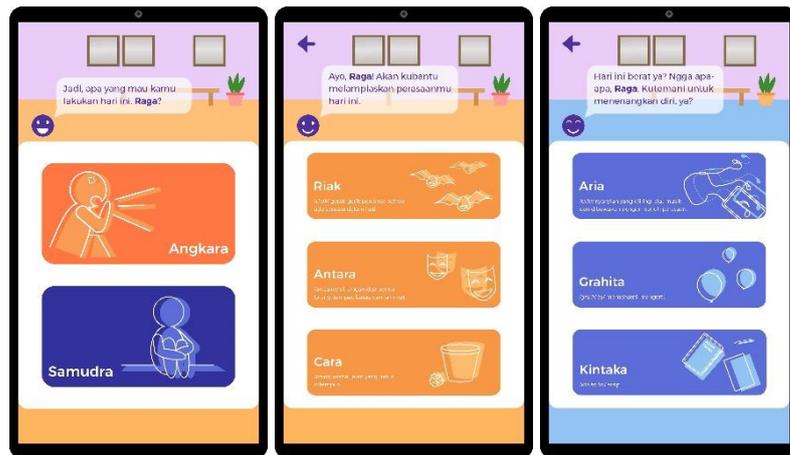
Gambar 4.11. Nuraga – loading screen



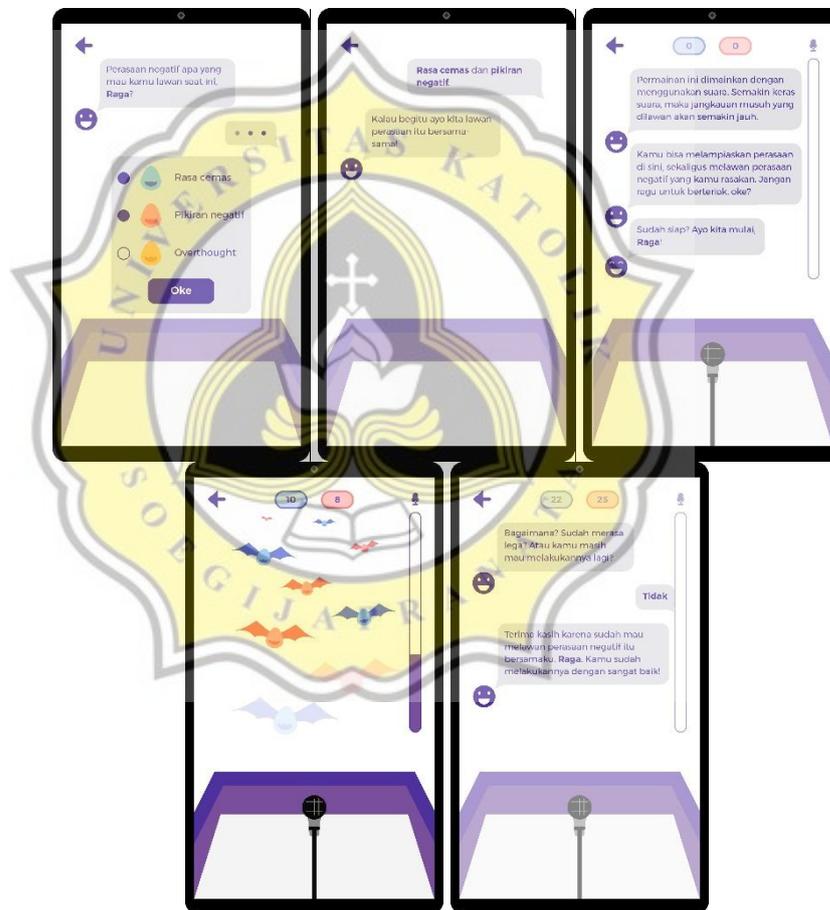
Gambar 4.12. Nuraga – Halaman awal



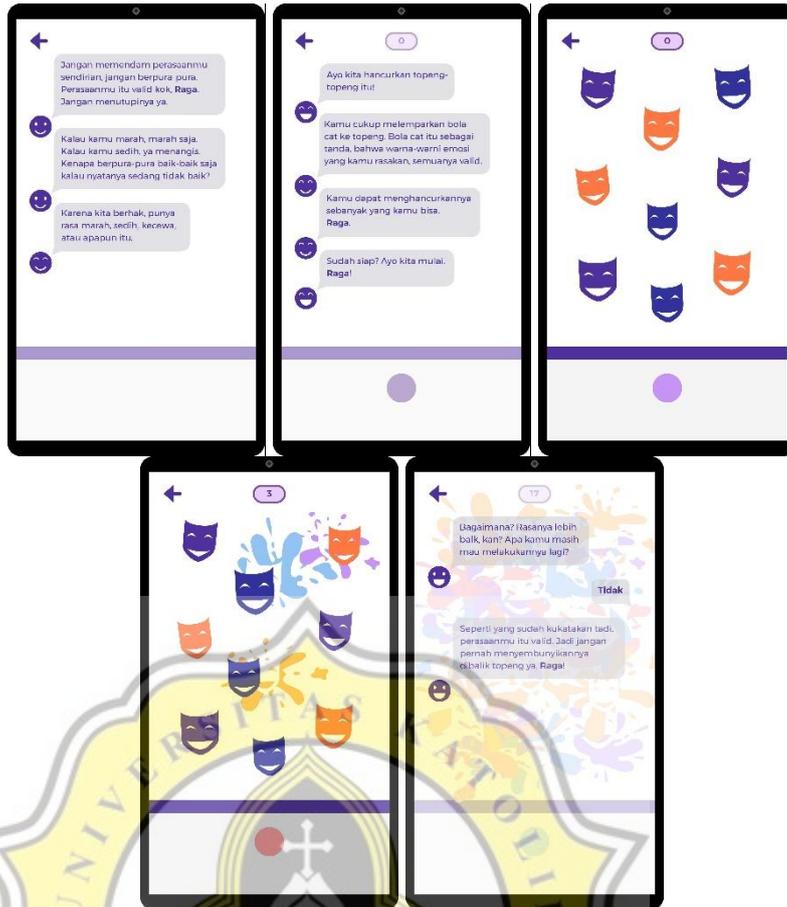
Gambar 4.13. Nuraga – mood tracking



Gambar 4.14. Nuraga – fitur angkara dan samudra



Gambar 4.15. Nuraga – fitur angkara (riak)

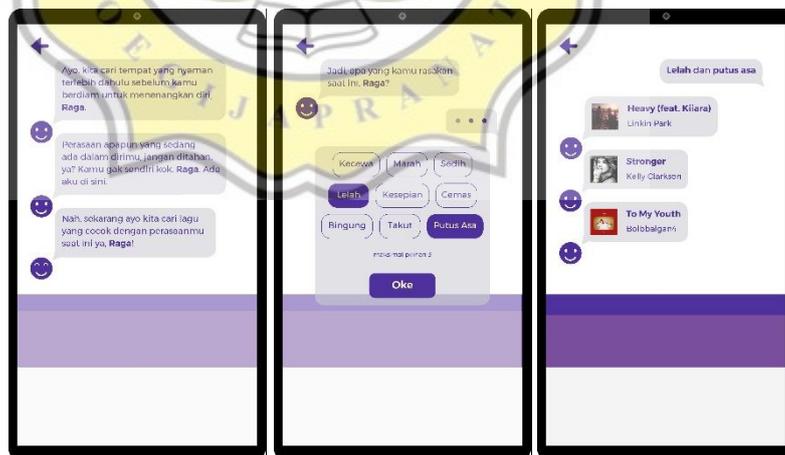


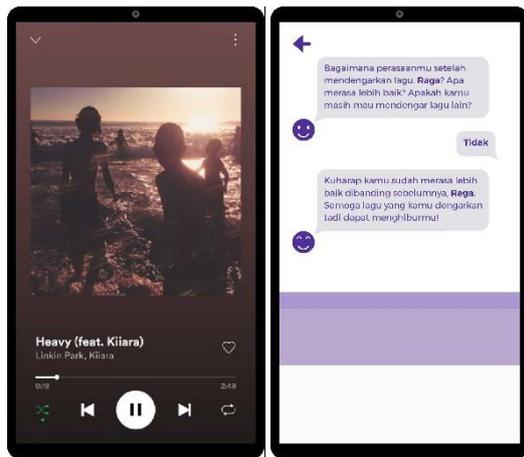
Gambar 4.16. Nuraga – fitur angkara (antara)



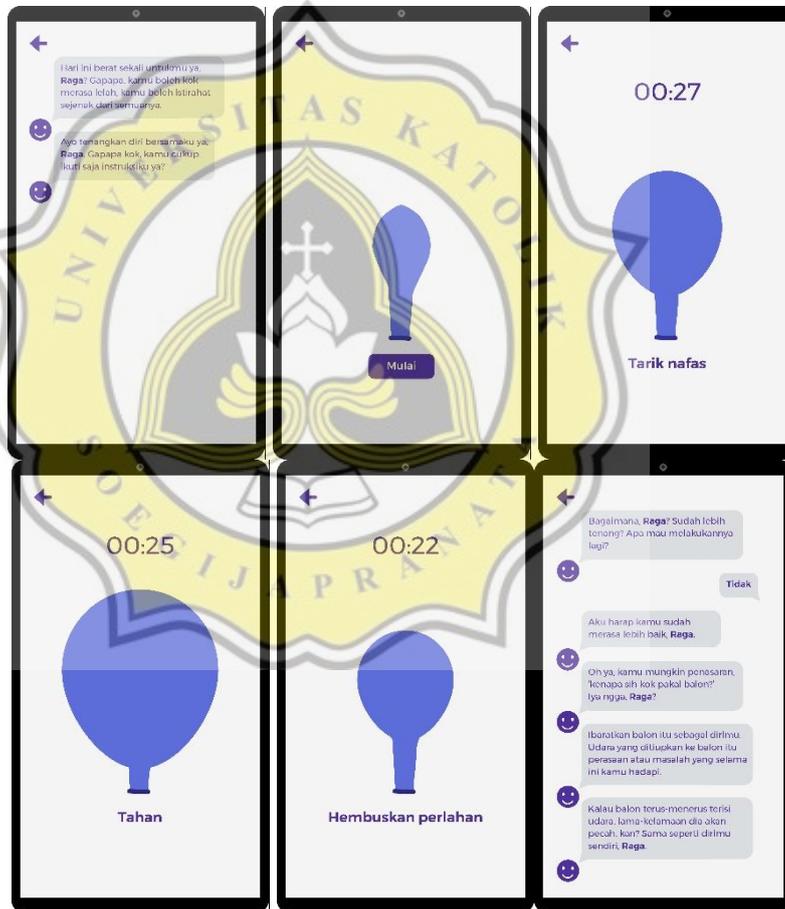


Gambar 4.17. Nuraga – fitur angkara (cara)



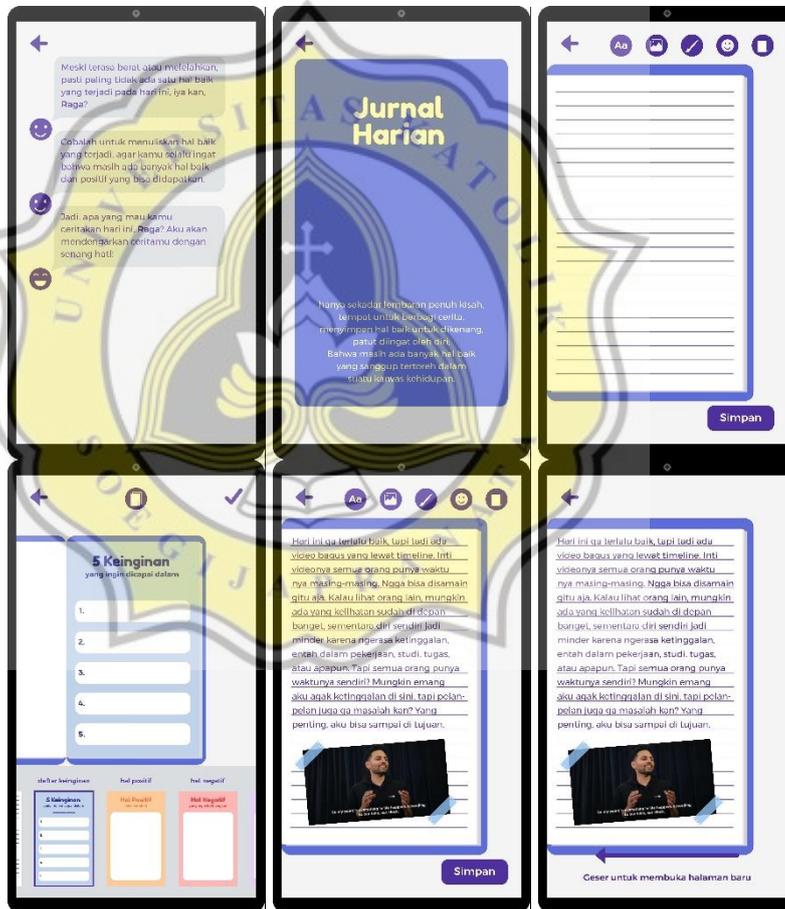


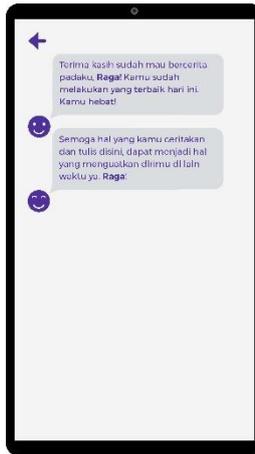
Gambar 4.18. Nuraga – fitur samudra (aria)





Gambar 4.19. Nuraga – fitur samudra (grahita)





Gambar 4.20. Nuraga – fitur samudra (grahita)

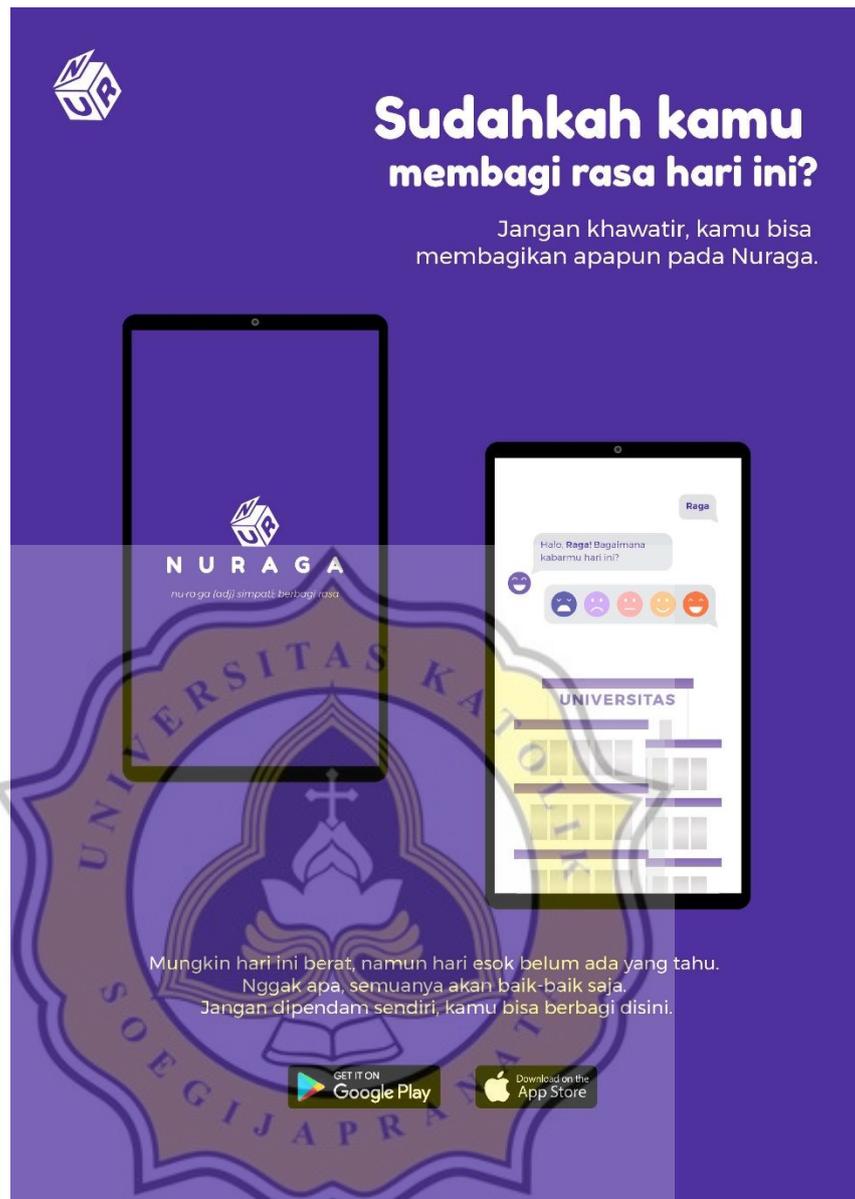
### 4.3.3 Iklan dan Promosi

#### a. Poster Digital

Pada poster digital, elemen verbal yang digunakan ada tiga, yaitu *headline*, *sub headline*, dan *body text*. Untuk elemen visual, warna yang digunakan adalah *primary color* yaitu ungu dan putih. Untuk *headline* menggunakan font fredoka one (40 pt dan 28 pt), sementara *sub headline* dan *body text* menggunakan font Montserrat (*sub headline* 16 pt, *body text* 13 pt). Alur membaca layout menggunakan alur I, penekanan pada headline dan ilustrasi, dan keseimbangan yang digunakan keseimbangan asimetris. Nantinya poster digital akan di post pada media sosial. *Unity* dari kesederhanaan dan kesan simple.



Gambar 4.21. Skema Poster Digital



Gambar 4.22. Poster Digital

#### b. Iklan Instagram story

Untuk Iklan pada instagram *story*, ukuran yang digunakan adalah 1080 x 1920 px, elemen verbal yang digunakan ada headline, sementara elemen visual menggunakan warna ungu dan putih (*primary color*), dengan tipografi menggunakan *font* fredoka one untuk teks headline (80 pt). Alur membaca layout I, penekanan pada headline dan visual, dengan keseimbangan asimetris. *Unity* dari kesedarhanaan dan kesan simple.



Gambar 4.23. Skema Iklan instagram story



Gambar 4.24. Iklan instagram story

c. Konten Instagram post

Pada konten instagram, digunakan sebagai promosi isi fitur yang ada pada Nuraga. Elemen verbal yang digunakan ada dua, yaitu *headline* dan *sub headline*. *Headline* menjelaskan tentang fitur yang ada, sementara *sub headline* bersifat persuasif dan menjelaskan tentang headline lebih lanjut. Pada elemen visual, ilustrasi yang digunakan adalah flat desain dengan visual handphone dan perwakilan icon yang digunakan pada fitur, sebagai contoh pada Kintaka terdapat icon jurnal, kertas, dan pensil. Logo Nuraga berupa *logogram* dengan ukuran 100 px. Warna yang digunakan adalah *primary color* (ungu, putih, oranye, biru). *Headline* menggunakan font fredoka one (65 pt, 60 pt, dan 45 pt), sementara *sub headline* menggunakan font Montserrat (28 pt, 24 pt, 20 pt). Layout yang digunakan menggunakan alur I dan L, dengan penekanan pada visual dan headline, dengan keseimbangan pada layout berupa keseimbangan asimetris dan simetris. *Unity* dari kesederhanaan, kesan simple, dan kesan hangat.



Gambar 4.25. Skema konten instagram post



Gambar 4.26. Konten instagram post