

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Konsep Kreatif

3.1.1. Tujuan Kreatif Pembelajaran

Perancangan *website* ini memiliki tujuan kreatif utama, yaitu untuk menerjemahkan visi dan misi Rumah Topeng Setia Darma dengan menggunakan media *website* melalui pendekatan visual yang menarik bagi *audience*. Melalui perancangan ini, diharapkan *target audience* dapat lebih mengerti dan memahami pentingnya apresiasi terhadap seni topeng Indonesia sebagai upaya melestarikan kebudayaan Indonesia.

3.1.2. Strategi Kreatif Pembelajaran

3.1.2.1. *What To Say*

Melestarikan seni budaya topeng pada remaja Indonesia sehingga dapat mengapresiasi seni budaya topeng pada Rumah Topeng Setia Darma di Bali.

3.1.2.2. *Positioning*

Media interaktif (*website*) Rumah Topeng Setia Darma untuk pembelajaran yang menarik para remaja.

3.1.2.3. Topik dan Tema Pembelajaran

Media interaktif ini akan mengangkat tema tentang beragam kesenian topeng Jawa dan Bali yang dikoleksi di Rumah Topeng Setia Darma Bali. Topik pembahasan akan seputar cerita dibalik topeng-topeng tersebut terutama karakter moral dan budi pekerti yang dimiliki masing-masing topeng yang berguna sebagai pengetahuan dan pembelajaran kehidupan remaja saat ini.

3.1.2.4. Sub Pokok Bahasan

- a. Pengertian Seni Topeng
- b. Peranan Topeng dalam seni tari
- c. Cerita dibalik karakter Topeng

d. Kekinian tiap karakter Topeng

3.1.2.5. Sasaran Perancangan

Sasaran perancangan dari perancangan ini secara garis besar adalah remaja yang berusia 15-20 tahun yang berada di jenjang pendidikan SMP-Mahasiswa. Secara detail, target dari *website* ini:

1. Demografis:

- Remaja usia 15-20 tahun
- Laki-laki dan perempuan
- Pelajar, SMP, SMU, ataupun kuliah
- Strata Ekonomi Sosial menengah, dan menengah ke atas
- Semua suku dan agama

2. Geografis:

- Penduduk kota-kota besar di Indonesia, seperti : Bandung, Jakarta, Surabaya

3. Psikografis:

Gaya hidup modern
Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi
Mudah bosan

4. *Behaviour*:

Mengisi waktu luang dengan *browsing* di Internet
Suka membaca
Kurang tertarik dengan buku pelajaran di sekolah

3.1.2.6. Metode Pembelajaran dan Penyajian *Content*

Media interaktif sebagai media pembelajaran memiliki beberapa bentuk atau metode yang dikelompokkan menjadi 5 yaitu, *tutorial*, *drill and practice*, simulasi, percobaan atau eksperimen, dan permainan. Perancangan ini menggunakan metode *tutorial*.

Metode *tutorial* akan menyajikan teori atau informasi seperti layaknya pelajaran yang diberikan guru atau instruktur. Perancangan ini akan memaparkan

informasi-informasi berkaitan dengan tema dan topik yang akan dibahas. Materi akan disajikan, sebagian besar berupa gambar atau ilustrasi, baik diam maupun bergerak, dengan teks sebagai pelengkap dan penjelas gambar. Serta didukung oleh grafik, infografis, suara, dan *sound effect* jika diperlukan agar penyajian lebih menarik dan materi dapat ditangkap dan dimengerti oleh remaja dengan lebih mudah.

Penggunaan metode tutorial ini bukan berarti materi diberikan secara step by step dan sifatnya kaku, melainkan pengguna dapat mengakses sendiri bagian mana yang ingin ia pelajari terlebih dahulu. Hal ini ditujukan agar dapat meningkatkan ketertarikan pengguna dan juga agar pengguna dapat bebas mempelajari bagian yang ia rasa paling ia perlukan terlebih dahulu, bukannya terpaksa pada urutan-urutan yang sistematis dan membosankan.

Secara langsung pengunjung dapat mendapatkan informasi tentang cerita topeng dan dapat mengenal tokoh-tokohnya melalui halaman cerita dan karakter. Untuk dapat mewujudkan pokok-pokok pesan, secara visual dituangkan ke dalam bentuk desain yang cukup menarik, cukup sederhana sehingga efektifitas penyampaian pesan dapat tercapai, melalui penggunaan HTML, serta dipercanggih oleh program-program seperti *flash* dan lain sebagainya.

3.1.2.7. Indikator Keberhasilan Pembelajaran

Dalam menentukan indikator keberhasilan media pembelajaran ini pertama-tama harus tahu apakah media ini dapat berfungsi dengan baik saat digunakan oleh target audience dan apakah *target audience* dapat mengoperasikan media ini dengan benar. Media pembelajaran yang dirancang dapat dikatakan berhasil juga bila *target audience* merasa terbantu dalam pemberian materi pembelajaran ini. Dari hal tersebut, maka dapat terlihat apakah media pembelajaran ini mencapai tingkat keberhasilannya.

Keberhasilan *website* ini juga dapat ditinjau dari rating yang diberikan oleh pengunjung *website*. Semakin tinggi *rating* yang diberikan pengunjung, maka dapat disimpulkan bahwa *website* ini berhasil di pasaran dan telah mencapai tujuan yang dicapai. Begitu pula sebaliknya, jika *rating* yang diberikan rendah, maka media interaktif pembelajaran berupa *website* ini, masih belum berhasil.

3.1.2.8. Metode Evaluasi

Demi perkembangan *website* ini, diperlukan evaluasi yang dapat diperoleh melalui *feedback* dari pengunjung *website*. *Feedback* ini dapat berupa komentar, kritik, dan saran terhadap *website* ini.

3.1.3. Program Kreatif

3.1.3.1. Konsep Pembelajaran

Belajar, merupakan hal yang penting, namun terkadang membosankan. Maka *website* ini, akan mengubah *mindset* remaja tentang belajar. Belajar akan menjadi kegiatan yang seru dan menyenangkan.

Proses belajar juga tidak hanya dilakukan di sekolah dengan media buku pelajaran tetapi juga dapat dilakukan di rumah dan dimana saja sesuai dengan keinginan. Media yang dapat digunakan untuk belajar juga tidak hanya buku-buku pelajaran tetapi juga *website* yang bisa diakses melalui perangkat apa saja yang tersambung dengan koneksi internet seperti Komputer, Laptop, iPad/Tab, dan *Smartphone*.

3.1.3.2. Jenis Multimedia Pembelajaran

Media pembelajaran yang akan dirancang adalah *website* yang dipergunakan sebagai media belajar mandiri, karena dalam penggunaannya, remaja sebagai pengguna dapat melakukan dan mengoperasikannya sendiri tanpa perlu dibantu orang lain.

Keberadaan orang tua atau guru sebagai pendamping memang dapat membantu remaja dalam proses pembelajaran menggunakan media pembelajaran interaktif ini.

3.1.3.3. Format Desain Media Pembelajaran

- *Menu content*

- . Halaman *homepage* berisi *headline* yang memandu ke tombol menuju halaman cerita, kemudian ada partisi menuju ke *Collection* untuk memilih cerita yang tersedia, dan beberapa informasi update mengenai museum di bagian *headermenu*.
- . Halaman *collection* berisi 6 *thumbnail* ,yaitu 6 jenis topeng yang ingin dipilih juga terdapat pada bagian bawah untuk memudahkan pemilihan cerita.
- . Setiap halaman *story* berisi cerita-cerita topeng yang telah dikategorikan dari perspektif asal daerah, isi, dan moralnya dengan ilustrasi visual pembantu dan pesan moral di akhir cerita, dengan *plugin facebook comment* bagi pengunjung yang juga ingin berbagi perspektif atau pendapatnya sendiri mengenai topeng tersebut.
- . Tabel navigasi berisi tombol *home*, tombol menu *dropdown library* dan *share*, dan tombol *previous* dan *next*.

• Alur Desain Interaktif

Jika langkah pertama *user* adalah di *homepage*, maka kemudian ia dapat melanjutkan ke halaman cerita melalui banyak jalan, pertama ia dapat mulai dari cerita halaman pertama melalui *header menu* dengan memilih jenis topeg yang ingin dipilih. Kemudian dari cerita satu ke lainnya, user dapat mengklik tombol *previous* atau *next story*. Atau, dia dapat memilih cerita yang dia inginkan dengan cara memilih salah satu ikon topeng yang muncul di bawah *headline* utama pada tampilan *homepage*, cara lainnya adalah dengan memilih kisah tersebut melalui menu *headermenu*. Menu navigasi ini nantinya akan memiliki posisi yang *fix* di halaman dan selalu menemani *user* ke halaman manapun, sehingga memudahkan untuk kembali ke *home*, atau pergi ke cerita lainnya. Menu navigasi juga tersedia *share* untuk berbagi dengan teman-teman lainnya di *social media*. Dalam halaman cerita, *user* dituntun untuk ikut berkomentar, baik sekedar memberikan komentar sederhana, memasukkan ide baru, atau perspektifnya sendiri mengenai moral dari cerita tersebut lewat *plugin facebook* yang tersedia di bagian paling bawah. Ketika *link* yang didapatkan dari hasil *share* di *social media*

salah, *user* akan dibawa ke halaman 404 *not found*, yang mana akan mengarahkan *user* ke *homepage*.

3.1.3.4. Unsur-unsur Interaktif dan Sistem Navigasi

Unsur-unsur yang ada dalam *website* ini adalah teks, gambar, animasi, dan sistem navigasi. Situs tidak mengandung video untuk mengurangi beban *website* ini ketika dibuka oleh pengunjung. Unsur teks berupa *headline*, *sub headline*, judul, narasi cerita fabel, dan *comment*.

Unsur gambar, animasi dan teks terjalin dalam satu *layout* bergaya infografis. Unsur teks akan digunakan sebagai penjelas dari ilustrasi dan gambar, serta untuk menerangkan bagian-bagian yang tidak dapat dijelaskan oleh ilustrasi atau gambar.

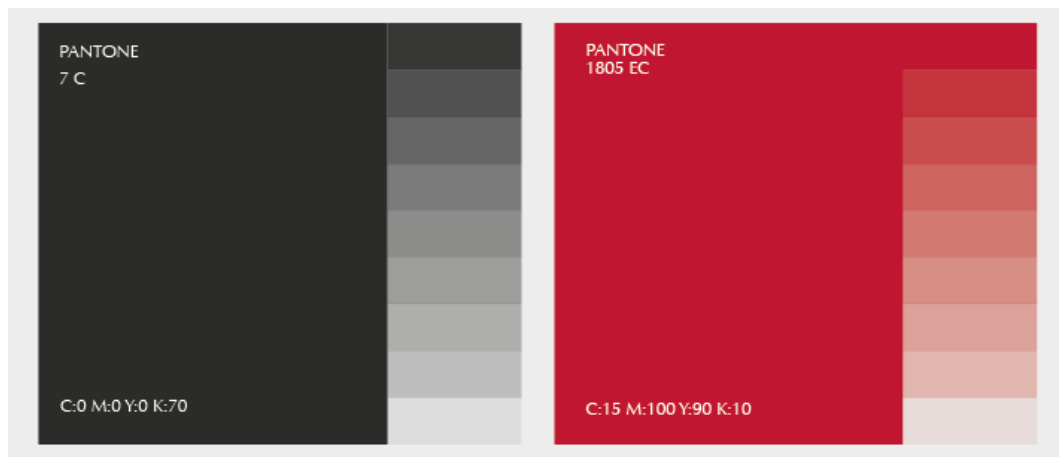
Sistem navigasi berupa *user interface* yang *fix* berada di pojok kiri atas layar, dan akan selalu bertahan di posisi tersebut meskipun halaman digeser ke bawah. Elemen navigasi *UI* ini berupa *toolbar* untuk memilih objek lainnya. Sistem navigasi di halaman awal memberikan banyak kebebasan bagi *user* untuk memulai. Antara membaca *headline/highlight* dan dibimbing untuk membaca dari cerita pertama, atau memilih diantara beberapa objek yang tampil di bagian bawah, atau mengklik *link* menuju ke *Collection*, baik dari *homepage* maupun dari *UI* navigasi di pojok kiri atas.

3.1.3.5. Konsep Visual Interface Desain

Tone warna yang digunakan adalah warna hitam-putih yang memberi kesan misterius dan eksklusif, komposisi hitam-putih. Warna Hitam melambangkan kegelapan, ketidak hadiran cahaya, menandakan kekuatan yang gelap, lambang misteri. Warna hitam juga menunjukkan sifat-sifat yang positif, tegas, formal dan kuat. Sedangkan warna putih dalam dunia desain, menimbulkan kesan informatif, jelas, dan profesional.

Warna merah adalah warna terkuat dan paling menarik perhatian. Dalam desain warna merah kurang baik jika digunakan sebagai latar belakang karena

sangat keras. Tetapi warna ini sangat bagus jika digunakan dalam aksen-aksen tertentu seperti judul.



Gambar 3.1. *Color Tone*

Teknik pewarnaan dalam website ini akan menggunakan teknik blik, yang ditujukan agar tidak mengganggu ilustrasi yang mayoritas menggunakan foto, sehingga pengguna dapat memusatkan perhatian pada informasi yang diberikan.

Karakter tipografi-nya akan menggunakan jenis *typeface sans-serif*, agar terkesan lebih ringan, fun, dan tidak resmi. Jenis *typeface* yang digunakan juga berupa *typeface* yang memiliki *stroke* tebal, dan bentuk yang luwes sehingga tampilan akan tampak lebih *playful* namun tetap rapi dan *readable*.

Berikut contoh *typeface* yang digunakan pada *headline*

DIAVLO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!@#\$%^&*()

Menggunakan *typeface* Diavlo, *sans-serif* yang unik memiliki ketajaman yang menarik dan kebulatan yang kontras dengan pemberian detail, spacing dan kerning yang outstanding. Sehingga beberapa informasi yang biasanya membosankan dapat membuat pengunjung tertarik untuk mengetahui tentang hal itu. Dapat membuat banyak informasi menjadi menarik dan layak dibaca.

Untuk penulisan *body copy*, tetap digunakan jenis *typeface sans-serif*, namun memiliki stroke yang lebih tipis daripada *headline* dan sedikit memiliki unsur formal.

Berikut contoh *typeface* yang digunakan pada *body copy*

OPTIMA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

01234567890!@#%&*()

Gaya desain *web* akan menggunakan gaya *HTML5*, yang merupakan turunan dari *web2.0* yang karakteristiknya diantaranya adalah detil yang *subtle*, pemilihan *font* yang besar dengan keterbacaan tinggi, halaman saling terkoneksi, penggunaan gambar dan ilustrasi besar, *interface* yang minimalis dan *direct*. Gaya desain *HTML5* ini secara umum merupakan ajang pemanfaatan teknologi-teknologi aplikatifnya terkini, teknik seperti animasi dan interaksi, yang dulunya masih belum dapat diwujudkan atau harus menggunakan media *flash*, kini dapat diwujudkan melalui *HTML5 Canvas* dengan ukuran yang sama sekali tidak membebani performa *web*. Kemudian dengan perkembangannya saat ini, *webpage* tidak hanya digunakan oleh perusahaan-perusahaan *corporate*, dengan *content* standar berisi *home*, *service / product*, *about us*, dan *contact*. Sekarang ini, *webpage* dapat pula didedikasikan untuk *startup* atau gerakan-gerakan tertentu, atau justru menyampaikan informasi sekaligus menjadi sebuah infografis interaktif yang bergerak seiring *input* alami dari *user* seperti menggeser ke bawah.

Bahkan gaya desain *web single page* saat ini telah menjadi semakin populer karena kemudahan, kesederhanaan, dan “ilusi” performanya.

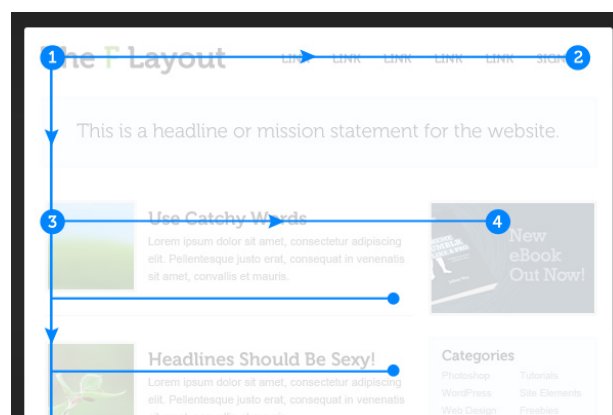
Gaya ilustrasinya menggunakan sedikit gaya vektor sederhana, dengan tujuan mudah diingat pengunjung, yang dimana ilustrasi figurnya juga memiliki garis-garis yang tegas, deformatif, geometris, dan pilihan warna yang ketat dan *solid*, atau tidak mengandung gradasi. Akan tetapi sebagian besar menggunakan fotografi sebagai ilustrasinya agar objek yang dijelaskan dapat divisualisasikan secara nyata.



Gambar 3.2. Contoh vektor geometris sederhana

Sumber : http://why-hellothere.com/blog/wp-content/uploads/2013/03/avengers_poster_web_21-1.jpg

Konsep dasar *layout web* ini didasarkan atas berbagai studi yang melacak lintas mata yang menunjukkan bahwa kebanyakan *web user* membaca layar / melakukan *scanning* dengan pola huruf “F.” Sehingga hierarki visual atas elemen-elemen yang penting diletakkan di sebelah kiri dan kemudian dipandu ke kanan, lalu ke bawah.

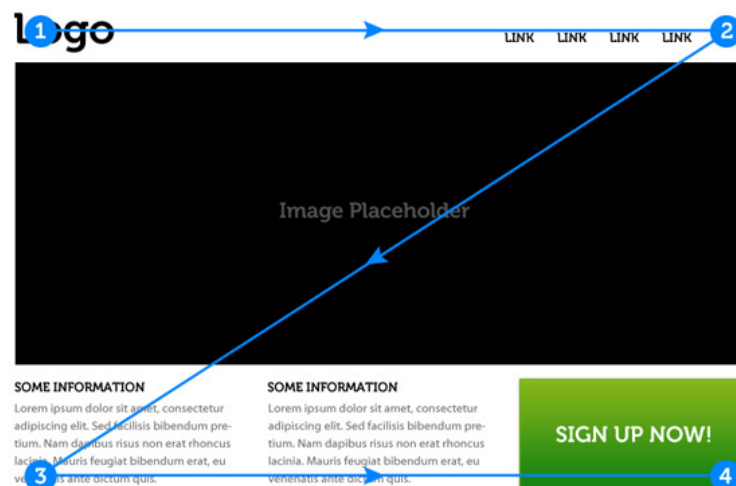


as Kristen Petra

Gambar 3.3. Pola layout huruf “f”

Sumber: Jones (2012, par.9)

Tetapi untuk *layout* pada halaman bagian cerita, yang mana memiliki bobot yang lebih terfokus pada isi tunggal, pola yang digunakan adalah pola *layout* huruf “Z.” *layout* ini efektif untuk jenis isi demikian karena alur baca orang Indonesia juga sama dengan barat, dari atas ke bawah, kiri ke kanan.



Gambar 3.4. Pola layout huruf “z”

Sumber: Jones (2012, par.4)

3.1.3.6. Software yang Digunakan

Dalam perancangan website ini, software yang akan digunakan adalah Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Dreamweaver, dan Notepad++.

3.1.4. Biaya Kreatif

Biaya kreatif diakumulasi sejak kegiatan observasi dan pencarian data dilaksanakan, perancangan, hingga proses produksi selesai, hingga nantinya *website* ini akan dipasarkan. Berikut adalah perincian biaya kreatif perancangan *website* selama periode perancangan 1 tahun :

Tabel 3.1. *Budgeting Website*

Jenis Media	Keterangan		
Website	Ukuran	1024 x 768 px	
	Jumlah	+- 20 halaman	
	Status	Online	
Biaya			
	Domain nama		Rp. 175.000,00
	Biaya desain web		Rp. 1.500.000,00
	Biaya hosting	\$ 42/bln (\$1=Rp.9700,-) x 12 bulan	Rp. 5.000.000,00
		TOTAL	Rp. 6.675.000,00

Sumber : Fiesto Informatika Surabaya, Mei 2013

Tabel 3.2. *Budgeting Web Banner*

Jenis Media	Keterangan	
Web Banner	Ukuran	120x600px
2 bulan	Jumlah	1
	Status	Online
Biaya		

	Biaya perbulan selama 2 bulan	2 x Rp. 1.200.000,00	Rp.2.400.000
		TOTAL	Rp. 2.400.000,00

Sumber : www.jasapembuatanbanner.com, Mei 2013

Tabel 3.3. *Budgeting* Poster

Jenis Media	Keterangan		
Poster	Ukuran	A1	
	Jumlah	10	
	Status	3D Poster	
Biaya			
	Premiun Raster paper	10xRp. 40.000,00	Rp.400.000,00
	Scrapbook Frame	10x Rp. 250.000,00	Rp. 2.500.000,00
	Jasa scrapbooking	10x Rp. 100.000,00	Rp.1.000.000,00
		TOTAL	Rp. 3.900.000,00

Sumber: Premier Digital Printing, Juni 2013

Tabel 3.4. *Budgeting* Kartu

Jenis Media	Keterangan	
Kartu	Ukuran	3x9 cm
2 bulan	Jumlah	300 buah
	Status	Full color, Digital Printing
Biaya		

	Kertas Ice Gold 260 gsm	10x Rp.5000,00	Rp.50.000,00
	Biaya Cetak	20x Rp. 10.000	Rp. 200.000,00
		TOTAL	Rp. 250.000,00

Sumber : Ramayana Printing, 4 Juni 2013

Tabel 3.5. *Budgeting Kaos Merchandise*

Jenis Media	Keterangan		
Kaos	Ukuran	All size	
2 bulan	Jumlah	100	
	Status	Merchandise, bahan TC	
Biaya			
	Biaya kaos	100x Rp.50.000,00	Rp. 5.000.000,00
	Biaya Sablon	100x Rp. 20.000,00	Rp. 2 000.000,00
		TOTAL	Rp. 2.400.000,00

Sumber : Halos Creative, 4 Juni 2013

Tabel 3.6. *Budgeting Kaos Crew*

Jenis Media	Keterangan		
Kaos	Ukuran	All size	
	Jumlah	10	
	Status	<i>Crew uniform, bahan TC</i>	

Biaya			
	Biaya kaos	10x Rp.50.000,00	Rp. 500.000,00
	Biaya Sablon	10x Rp. 20.000,00	Rp. 200.000,00
		TOTAL	Rp. 700.000,00

Sumber : Halos Creative, 4 Juni 2013

Tabel 3.7. *Budgeting Pin*

Jenis Media	Keterangan		
<i>pin</i>	Ukuran	5.8 cm	
<i>2 bulan</i>	Jumlah	200	
	Status	Online	
Biaya			
	Biaya cetak pin	200x Rp. 5000,00	Rp.1.000.000.000
		TOTAL	Rp. 1,000.000,00

Sumber : Halos Creative, 4 Juni 2013

Tabel 3.8. *Budgeting kalender*

Jenis Media	Keterangan		
<i>Kalender</i>	Ukuran	26x16 cm	
<i>2 bulan</i>	Jumlah	100	
	Status	Merchandise	
Biaya			
	Biaya Akrilik	100x Rp. 48.000,00	Rp.4.800.000
	Biaya Cetak	100x Rp.30.000,00	Rp.3.000.000

		TOTAL	Rp. 7.800,00
--	--	--------------	--------------

Sumber : Warna Indah Advertising, 1 Juni 2013

Total perkiraan biaya

<i>Website</i>	Rp.6.675.000,00
<i>Web Banner</i>	Rp.2.400.000,00
Poster	Rp.3.900.000,00
Kartu	Rp. 250.000,00
Kaos <i>Crew</i>	Rp.700.000,00
Kaos <i>Merchandise</i>	Rp. 2.400.000,00
<i>Pin</i>	Rp. 1.000.000,00
Kalender	Rp. 7.800.000,00
Total Perkiraan biaya keseluruhan	Rp. 25.125.000,00