BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Strategi Perancangan

Dalam paparan masalah yang telah didapatkan setelah melakukan observasi, strategi pemecahan yang akan dilakukan dengan cara menginformasikan kepada pengunjung Kebun Mawar Situhapa melalui media *sign system* berupa regulasi, identifikasi, direksi dan *infotainment map*, yang menginformasikan kepada pengunjung mengenai pemetaan lokasi fasilitas-fasilitas yang dimiliki, petunjuk arah, informasi fasilitas bunga, anjuran dan larangan ketika berada di objek wisata tersebut. Dengan adanya media *sign system* ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi para pengunjung dan juga memberikan kenyamanan saat berada di Kebun Mawar Situhapa. Dari strategi perancangan tersebut didapatkan khalayak sasaran sebagai berikut :

III.1.1. Khalayak Sasaran

Menurut arti kata dari KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) khalayak adalah kelompok dalam masyarakat ramai, umum, atau publik tertentu yang menjadi sasaran komunikasi. Dapat disumpulkan khalayak sasaran adalah target audien dari pesan yang akan disampaikan yang meliputi pada beberapa faktor yaitu :

1. Demografis

Dalam segmentasi ini dibagi pada beberapa variabel diantaranya usia, jenis kelamin, pendidikan, ekonomi dan lain-lain.

- Usia : Masa dewasa (18-40 tahun).
- Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan berdasarkan pengunjung yang datang umummnya berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
- Pendidikan : SMA (Sekolah Menengah Atas)
- Status ekonomi : Menengah Keatas.

Segmentasi pada status ekonomi untuk semua kalangan, namun dikhususkan bagi pada kalangan menengah ke atas.

Target audien pada usia 18-40 masuk pada kategori dewasa dimana menurut Hurlock (seperti yang dikutip, Wildhan, 2018) pada usia dewasa ini individu sudah bisa berfikir objektif, berfikir logis dan bisa mencerna dengan baik nilai-nilai edukasi sebagai hal yang penting. Alasan dipilihnya rentan umur 18-40 tahun karena menjadi salah satu target audien yang tepat untuk mendapatkan edukasi informasi mengenai koleksi bunga yang dimiliki Kebun Mawar Situhapa dan dapat menginformasikan kembali kepada generasi dibawahnya.

2. Geografis

Segmentasi ini meluputi pembagian berdasarkan jangkauan wilayah, pada bagian target sasaran ini jangkauan yang ingin dicapai adalah pengunjung yang diwilayah atau kawasan Kebun Mawar Situhapa, baik terhadap wisatawan domestik ataupun terhadap wisatawan mancanegara.

3. Psikografis

Target sasaran pada segmentasi ini adalah pengunjung yang ingin menikmati suasana alam sekitar yang indah dan tenang menghabiskan waktu bersama sanak saudara dan orang yang dicintai.

III.2. Konsep Desain

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Menurut Widjaja (seperti yang dikutip, Amirlah, 2012: 200:66-67) Tujuan komunikasi untuk menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan dimaksud di sini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara baik untuk melakukan. Berdasarkan paparan diatas maka tujuan komunikasi penulis adalah :

- Menginformasikan tentang titik lokasi fasilitas-fasilitas yang ada di Kebun Mawar Situhapa.
- Menginformasikan aturan yang diterapkan di Kebun Mawar Situhapa.

- Menginformasikan jenis-jenis koleksi bunga yang dimiliki Kebun Mawar Situhapa.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pada perancangan *sign system* terdapat dua unsur dalam pendekatan komunikasi yang menjelaskan maksud tujuan yaitu :

a. Pendekatan Visual

   Pendekatan visual yang dilakukan dengan menggunakan simbol dan ciri khas dari beberapa fasilitas yang di desain dengan tampilan yang mencerminkan ciri dari objek wisata Kebun Mawar Situhapa.

b. Pendekatan Verbal

   Pendekatan verbal akan menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa latin yang berasal dari nama asli tanaman yang ada, karena pengunjung objek wisata ini pada umumnya banyak dikunjungi oleh masyarakat atau wisatawan Indonesia.

III.2.3. Mandatory

Perancangan ini melibatkan objek wisata Kebun Mawar Situhapa yang berlokasi di Jl.Raya Kamojang km 5, Kecamatan Samarang, Kabupaten Garut, provinsi Jawa Barat sebagai tempat media perancangan informasi ini ditempatkan.

III.2.4. Materi Pesan

Materi berupa pesan yang ingin disampaikan melalui media *sign system* antara lain:

- Memberikan informasi melalui peta kreatif mengenai lokasi-lokasi fasilitas yang terdapat di Kebun Mawar Situhapa.
- Menampilkan visual dari ciri khas beberapa fasilitas
- Menampilkan informasi aturan di area Kebun Mawar Situhapa.
- Memberikan informasi berupa petunjuk arah untuk mempermudah pengunjung menemukan fasilitas yang ingin mereka nikmati.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam gaya bahasa perancangan media dengan pendekatan informasi deskriptif yang menjelaskan tentang objek wisata ini menggunakan 1 (satu) gaya bahasa Indonesia yang baku karena agar mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Namun pada informasi mengenai nama tanaman menggunakan 2 (dua) bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa latin dari tanaman tersebut. Tujuannya agar pesan dari informasi mudah dipahamai oleh pengunjung.

III.2.6. Strategi Kreatif

Agar media informasi menarik perhatian wisatawan maka media informasi *sign system* dikemas secara ikonik melalui pendekatan gaya yang minimalis dan menggunakan bentuk atau ciri khas yang dapat mewakili objek yang dimaksud. Diharapkan pemilihan ini dapat mewakili objek fasilitas yang ada di lokasi Kebun Mawar Situhapa dapat gampang dimengerti untuk kemudahan akses bagi pengunjung.

III.2.7. Strategi Media

Strategi media yang dipakai pada perancangan *sign system* adalah media cetak dan material bahan yang akan digunakan dalam pembuatan *sign system* yang akan disesuaikan pada kebutuhan penempatan *sign system* tersebut baik untuk di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Menurut Blake dan Horalsen (seperti yang dikutip, Darma Robby 2018), media adalah saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan antara sumber "pemberi pesan" kepada penerima pesan.

Pada perancangan media informasi objek wisata Kebun Mawar ada 2 (dua) media yang akan dirancang yaitu media utama dan media pendukung.

III.2.7.1. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan media informasi yaitu *sign system*. Dari beberapa jenis *sign system* ada 3 (tiga) jenis, yang akan digunakan yaitu:

A. Tanda pengenal *(Indentfication sign)*

Digunakan sebagai tanda pengenal ketika pengunjung berada di suatu lokasi kantor atau fasilitas-fasilitas yang terdapat pada Kebun Mawar.

B. Tanda petunjuk arah *(Direction sign)*

Sebagai tanda bantu bagi pengunjung Kebun Mawar ketika mencari fasilitas-fasilitas yang ingin dituju.

C. Tanda larangan dan peringatan *(Regulation sign)*

Digunakan sebagai penyampaian informasi mengenai aturan-aturan maupun himbauan yang telah dibuat oleh pihak Kebun Mawar, demi terciptanya kenyamanan bersama.

III.2.7.2. Media Pendukung

1. Peta kreatif (*infotainment map*)

   Dibuat sebagai panduan bagi pengunjung Kebun Mawar untuk mengetahui lokasi fasilitas dari denah yang dibuat pada skala lebih kecil, dibuat dengan mengambil beberapa cirikhas yang diambil dari sekitar kawasan aslinya kemudian dibuat secara menarik. Alasan memilih media ini diharapkan dapat mempermudah pengunjung ketika pertama kali berkunjung untuk mengetahui secara ringkas mengenai denah dari fasilitas yang terdapat di Kebun Mawar.

2. Informasi zona wisata

   Media ini dibuat untuk membantu informasi lebih banyak tersampaikan, alasan pembuatan media ini bisa menjadi sumber pengetahuan baru bagi pengunjung akan informasi mengenai tanaman hias yang dimiliki oleh Kebun Mawar Situhapa.

3. Brosur

   Brosur selain memuat informasi singkat mengenai Kebun Mawar media ini juga memberikan informasi dari denah mengenai tata letak fasilitas-fasilitas yang terdapat di Kebun Mawar, dan alasan pada pembuatan media ini yaitu diharapkan dapat membantu wisatawan ketika sedang mencari suatu fasilitas karena bisa dibawa oleh pengunjung sambil berkeliling Kebun Mawar ketika selesai melihat informasi pada peta kreatif (*infotainment map)*.

4. *Merchandise*

   Media ini dipilih karena bisa menjadi bagian promosi dan sebagai pengingat bagi pengunjung yang telah berwisata di objek wisata Kebun Mawar. Berikut media *merchandise* yang akan dibuat :

   - Pin
   - Stiker
   - Mug
   - *Tote bag*

5. *X-Banner*

   Dibuat sebagai pendukung daya tarik terhadap media peta kreatif (*infotainment map*) namun pada media ini tidak ada informasi yang dimuat, melainkan hanya sebagai ucapan selamat datang tapi bisa menjadi daya tarik baru untuk wisatawan.

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Agar media utama dan media pendukung yang telah dibuat tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran, maka diperlukan strategi distribusi dan waktu penyebaran secara baik.

Tabel III 1. Strategi distribusi dan waktu penyebaran
Sumber : Data Pribadi

NO.	Media pendukung	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	*Sign System*						
2.	Peta kreatif						
3.	Info Zona Wisata						
4.	Brosur						
5.	*X- Banner*						
6.	Pin + Stiker						
8.	Mug						
9	Tote bag						

Pada media yang bersifat permanen akan dipasang selama 6 bulan penuh dan ditempatkan pada area yang memiliki jarak pandang luas. Dan untuk

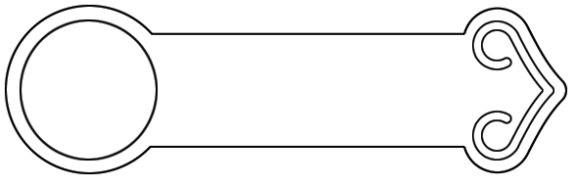
media yang bersifat sementara mendapat pergantian berkala setiap 1 (satu) bulan sekali untuk media brosur untuk media *x-banner*, 2 (dua) bulan sekali, untuk *merchandise* karena bisa menjadi media pengingat maka disebar selama 6 bulan penuh dan dilihat perkembangannya untuk dievaluasi.

III.3. Konsep Visual

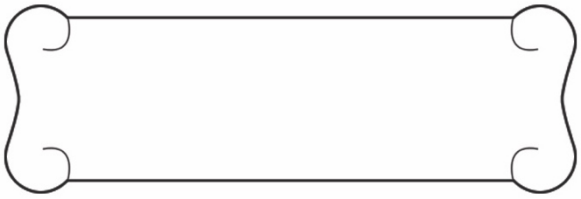
Konsep visual dalam perancangan *sign system* ini memiliki konsep yang mewakili lingkungan yang terdapat di Kebun Mawar. Jadi pada perancangan *sign system* ini memiliki acuan dari keadaan lingkungan yang diambil dari tanaman dan suasana romantis yang tercipta di lingkungan Kebun Mawar Situhapa kemudian di ambil berdasarkan dari segi pemilihan warna. Konsep desain diharapkan selain bisa dimengerti dengan mudah dan juga diterima oleh target audien.

III.3.1. Format Desain

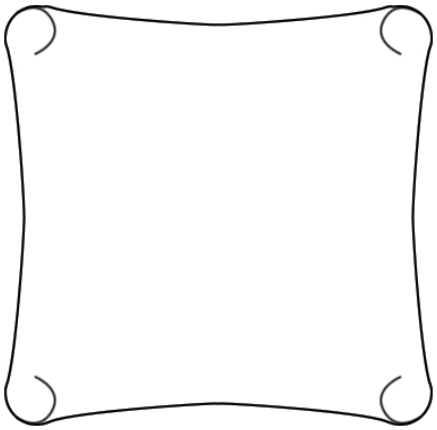
Format pada perancangan media *sign system* ini dibuat secara minimalis. Dengan menggabungkan elemen bentuk sulur yang diambil dari bagian tanaman yang kemudian dilakukan penyederhanaan bentuk lalu kemudian digabungkan dengan konsep yang merepresentasikan tentang suasana romantis yang sering digambarkan dengan bentuk hati. Bentuk dasar ini nantinya akan dikembangkan untuk membuat bentuk dari petunjuk arah, identifikasi tempat dan regulasi.



Gambar III 1. Bentuk direction sign
Sumber : Data Pribadi (2018)



Gambar III 2. Bentuk identification sign
Sumber : Data Pribadi (2018)

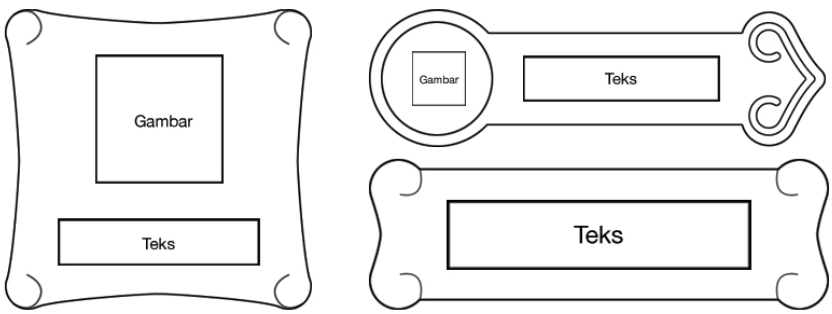


Gambar III 3. Bentuk regulation sign
Sumber : Data Pribadi (2018)

III.3.2. Tata Letak (*Layout*)

Layout atau tata letak menurut Rustan, Surianto (seperti yang dikutip Darmawan Ferry, 2011) adalah usaha menyusun, menata, atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis seperti teks, gambar, ilustrasi dan lainnya digabungkan untuk menjadikan satu kesatuan yang utuh. Yang bertujuan untuk menghasilkan media yang komunikatif (efektif efisien) dalam menyampaikan pesan kepada targer audien.

Media utama *sign system* dibuat dari unsur-unsur yang diambil berdasarkan konsep visual lalu kemudian digabungkan semenarik mungkin untuk menjadi satu kesatuan dalam media *sign system.* Yang diharapkan dapat memicu daya tarik bagi audien untuk melihat informasi yang ada. Selain itu juga bertujuan untuk menjadi sebuah fasilitas yang bernilai seni dalam kawasan objek wisata Kebun Mawar Situhapa. Berikut adalah konsep dari bentuk *frame* pada *sign system* objek wisata Kebun Mawar :



Gambar III 4. Bentuk regulation sign
Sumber : Data Pribadi (2018)

III.3.3. Tipografi

Pemilihan huruf untuk media informasi ini selain dari tingkat keterbacaan huruf yang dipilih juga harus bisa karakter dari objek wisata Kebun Mawar ini. Berdasarkan pada kesan visual ingin tercapai pemilihan pada huruf diputuskan pada 2 jenis yang memiliki kesamaan konsep visual dan juga memiliki tingkat keterbacaan yang baik, maka dipilih :

1. Arc Boutant

Huruf ini digunakan pada media informasi *sign system* karena memiliki kesatuan dengan konsep visual yang telah dibuat.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

01234567890!@#$%^&*()

Lisensi : Gratis untuk pribadi (bukan komersil)

Kreator : Etewut Foundry

2. Helvetica Neue

Untuk tercapainya penyampaian informasi dengan tingkat keterbacaan dengan baik.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

01234567890!@#$%^&*()

Lisensi : Cantumkan pemilik (bukan komersil)

Kreator : Linotype

III.3.4. Ilustrasi

Ilustrasi menurut Rohidi (seperti yang dikutip, Kurniawan aris, 2019) menyebutkan bahwa Gambar ilustrasi berkaitan dengan seni rupa merupakan penggambaran melalui suatu elemen rupa agar lebih menerangkan, memerindah atau menjelaskan sebuah teks, agar pembacanya

bisa ikut merasakan secara langsung melalui mata sendiri, sifat-sifat gerak, dan kesan dari cerita yang disajikan. Bentuk ikon pada perancangan ini diambil dari unsur alam yaitu dari sulur dan tangkai tanaman, untuk menguatkan konsep alam pada ornamen yang akan dibuat.

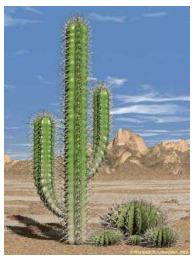
Gambar III 5. Bentuk awal pada sketsa dasar
Sumber : Dokumentasi pribadi 2018

Gambar III 6. Referensi ikon yang digunakan
Sumber : www.pinterest.com/outline-icon/
(diunduh pada 15 Desember, 2018)

Berikut ini adalah beberapa referensi foto yang menjadi acuan untuk dilakukan penggabungan dengan konsep visual untuk menciptakan ikon untuk perancangan media informasi Kebun Mawar, dengan mengambil ciri khas yang mudah dikenali :

Tabel III 2. Tahapan penyederhanaan untuk ikon
Sumber : (Data Pribadi)

Referensi Awal	Ikon	Keterangan
 Sumber : https://tanahkaya.com/wp-content/uploads/2018/09/Bunga-Mawar-Putih.jpg (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Zona Mawar**
 Sumber : http://furnizing.com/article/berbagai-jenis-bunga-untuk-tamanmu (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Zona Azalea**
 Sumber : https://www.dobies.co.uk/Garden/Flowers/Flower-Plants/All-Flower-Plants/Begonia/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Zona Begonia**

 Sumber : https://ok3news.blogspot.com/2013/11/segudang-manfaat-kaktus.html (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Zona Kaktus**
 Sumber : http://dreamstime.com/randy-mckown/golden-ticket/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Loket Tiket**
 Sumber : http://englishandcolours.blogspot.com/2016/12/lets-make-house.html (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Penginapan**
 Sumber : https://law-justice.co/jakarta-kini-punya-warung-kaki-lima-digital-.html (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Kios**

 Sumber : http://blog.suaiq.com/2015/03/maze-king-raja-labirin.html (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Labirin**
 Sumber : https://www.rubberflooringinc.com/mulch/playground-rubber-mulch.html (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Area Bermain**
 Sumber : https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Bajaj_Avenger_220_India/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Parkir** **Roda 2**
 Sumber : https://tirto.id/tata-nano-setop-produksi-massal-era-mobil-murah-berakhir-cPhU (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Parkir** **Roda 4**

 Sumber : http://scarysoul-quest.blogspot.com/2011/07/menara-masjid-soas.html (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Mushola**
 Sumber : https://id.priceprice.com/celana-laki-laki/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Toilet Laki-laki**
 Sumber : https://id.priceprice.com/rok-perempuan/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Toilet Perempuan**
 Sumber : https://barugurubaru.wordpress.com/2015/05/04/14/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Buanglah sampah pada tempatnya**

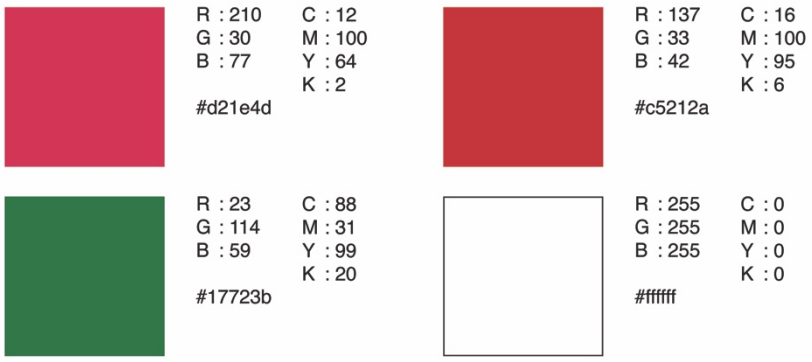
 Sumber : https://barugurubaru.wordpress.com/ 2015/05/04/14/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Dilarang membuang sampah sembarangn**
 Sumber : http://google.com/dilarang-masuk. (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Dilarang Masuk**
 Sumber : http://google.com/memetik-bunga/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Dilarang Memetik Bunga**
 Sumber : http://google.com/vibrate-cell-phone/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Matikan Suara Handphone**

 Sumber : https://blog.klikmro.com/memahami-jenis-tipe-keran-air-sesuai-fungsinya/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Tempat Wudhu**
 Sumber : http://google.com/sandal-pria/ (diunduh pada 13 Januari, 2019)		**Batas Alas Kaki**

III.3.5. Warna

Warna menurut J. Linschoten dan Drs. Mansyur (seperti yang dikutip, Silitonga Yosafat 2009) Warna menurut psikologis, warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda. Warna yang diaplikasikan pada media utama dan media pendukung

ini diambil dari lingkungan objek wisata yang alami dan dari kesan romantis yang tercipta di Kebun Mawar.



Gambar III 7. Kode warna pada media
Sumber : Data Pribadi (2018)

- **Merah muda**

  Sebagai warna yang dipilih pada media *sign system,* untuk memperkuat konsep visual yang telat dibuat memberikan kesan romantis di kawasan Kebun Mawar.

- **Merah**

  Warna merah merupakan warna primer yang biasanya mendominasi. Warna merah dipilih karena dapat lebih menarik perhatian warna merah cocok untuk digunakan pada *sign system* larangan.

- **Hijau**

  Hijau secara umum terkait dengan alam, tanaman dan juga bisa merepresentasikan tentang konsep visual yang telah dibuat untuk diterapkan pada *sign system* anjuran.

- **Putih**

Putih selain sebagai warna dasar, dipilih untuk menciptakan kesan minimalis. Putih sangat sederhana dan modern.