

## **BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL**

### **III.1 Khalayak Sasaran**

Pada khalayak komunikasi dan perancangan tentunya memiliki suatu sasaran yang akan dituju supaya dapat diterima oleh khalayak ramai dan tersampaikan dengan baik. Pada hal ini, ditentukan segi demografis, segi geografis dan segi psikografis.

#### **1. Demografis**

Berdasarkan segi demografis, target khalayak sasaran yang akan dituju merupakan wisatawan yang memiliki hobi berwisata alam terutama ke pegunungan. Selain itu, khalayak sasaran yang akan dituju adalah :

- Jenis kelamin: Laki- laki dan Perempuan.
- Usia : 17-25 tahun, yang merupakan usia remaja akhir. Usia ini juga merupakan usia yang aktif untuk berwisata pendakian di pegunungan.
- Kelas sosial : Menengah atas.
- Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Pekerja.

#### **2. Geografis**

Secara geografis target *audience* yang dituju adalah wisatawan lokal maupun non-lokal. Cakupan non-lokal disini hanya sebatas wilayah Indonesia. Hal ini tidak hanya untuk masyarakat di wilayah Tasikmalaya saja, tetapi dari luar kota juga. Dikarenakan setiap wisatawan harus mengetahui panduan yang perlu ditaati ketika mendaki.

### **3. Psikografis**

Secara psikografis masyarakat dibagi berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau kepribadian. Perilaku dapat berupa sikap, penggunaan dan respon target *audience* terhadap produk yang ditawarkan (Deliyanti 2012, h45). Berhubungan dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa psikografis dari wisatawan jelas mempunyai perilaku atau sikap yang aktif dalam berwisata terutama dalam pendakian dengan tujuan sebagai bentuk relaksasi diri.

### **III.2 Strategi Perancangan**

Strategi perancangan merupakan suatu proses rencana yang nantinya akan diterapkan serta proses tersebut berdasarkan hasil pemikiran dengan arah mencapai ekspektasi serta tujuan yang akan lebih baik. Pada perancangan ini adalah bagaimana proses serta rencana untuk membuat solusi media dengan menggambarkan suatu konsep yang telah dibuat. Hal ini berdasarkan perencanaan karakteristik dari Gunung Galunggung tersebut, warna yang akan digunakan, *font* yang akan dipilih agar media serta bentuk dari hasil perancangan tersebut terlihat lebih baik dan menarik. Dalam permasalahan yang terdapat pada kawasan Gunung Galunggung perlu memikirkan strategi yang tepat yaitu membuat suatu media visual yang dapat memberikan informasi untuk wisatawan meliputi *sign system* informasi, petunjuk arah, pengenalan dan larangan atau regulasi disekitar rute pendakian Gunung Galunggung.

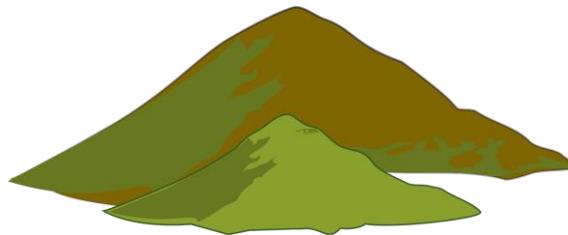
#### **III.2.1 Tujuan Komunikasi**

Berdasarkan tujuan komunikasi dalam perancangan media informasi ini, yaitu Memberikan informasi-informasi berupa *sign system* di rute pendakian kawasan Gunung Galunggung, serta memberikan informasi juga terhadap wisatawan lokal dan non-lokal.

### III.2.2 Pendekatan Komunikasi

#### 2.2.1 Pendekatan Visual

Berdasarkan perancangan dalam pendekatan visual ini mengangkat gaya modern dengan konsep *simple* serta minimalis. Hal ini bertujuan agar wisatawan yang berkunjung lebih dapat memahami informasi apa yang disampaikan melalui desain yang dibuat. Pemilihan huruf dalam tipografi dibuat tebal supaya terlihat jelas meskipun dari kejauhan. Warna yang digunakan pada *background* adalah warna hitam dan putih karena merupakan warna yang *universe*, dengan disertai warna hijau, hal ini karena ingin lebih memunculkan kesan warna dari alam terutama pegunungan. Menurut Maulina, R (2018), “Elemen visual bertujuan untuk membantu pencapaian tujuan retorika dan peranannya dalam suatu desain komunikasi visual haruslah spesifik”. Adapun referensi visual lainnya yang berperan dalam bentuk perancangan pada media *sign system*, yaitu visual gunung. Adapun tangga yang menjadi karakteristik dari kawasan Gunung Galunggung.



Gambar III.1 Visual Gunung (Referensi visual)

Sumber : <https://pixabay.com/fr/vectors/montagne-nature-pic-paysages-2024338/>

(Diakses pada 17/07/2019)



Gambar III.2 Tangga (Referensi visual)

Sumber : [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRDSXEj4i4ROTe8q78OTmcI2ZGTUDeh2hv\\_xOcdiEcfVJ\\_hY3xP](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRDSXEj4i4ROTe8q78OTmcI2ZGTUDeh2hv_xOcdiEcfVJ_hY3xP)

(Diakses pada 23/06/2019)



Gambar III.3 Kawah Gunung Galunggung (Referensi warna)

Sumber : <https://i.ytimg.com/vi/saKqbkj1pVY/hqdefault.jpg>

(Diakses pada 23/06/2019)

### **2.2.2 Pendekatan Verbal**

Berdasarkan pendekatan verbal yang digunakan dalam perancangan adalah dengan berlatar belakang kawasan Gunung Galunggung serta menggunakan elemen-elemen yang menjadi karakteristik yang menonjol di kawasan tersebut. Selain itu, pilihan bahasa juga menggunakan Bahasa Indonesia.

### **III.2.3 Mandatory**

Perancangan media informasi di kawasan pendakian Gunung Galunggung ini akan melakukan hubungan kerjasama dengan pihak KPH Perum Perhutani Jawa Barat supaya perancangan dapat terlaksana dengan baik. KPH Perum Perhutani mempunyai wewenang dalam mengelola kawasan wisata Gunung Galunggung seperti tata kawasan hutan, pemanfaatan hutan, rehabilitasi, perlindungan hutan dan lain sebagainya.



Gambar III.4 Logo Perum Perhutani

Sumber : <http://bumn.go.id/data/uploads/content/128/59254a98a6489.jpg>

(Diakses pada 23/06/2019)

### **III.2.4 Materi Pesan**

Berdasarkan materi pesan yang telah dirancang serta diolah, materi paling utama yang akan disampaikan yaitu tentang informasi petunjuk arah, informasi regulasi, peringatan serta larangan, dan informasi mengenai lokasi dalam pendakian.

### **III.2.5 Gaya Bahasa**

Gaya bahasa sangat penting untuk memberikan pemahaman terhadap wisatawan. Bahasa dapat membantu menyampaikan informasi terhadap target khalayak sasaran dengan berbagai hal. Dalam penyampaian informasi pada kawasan pendakian Gunung Galunggung, gaya bahasa yang digunakan yaitu Bahasa Indonesia yang jelas serta mengikuti EYD dan PUEBI.

### **III.2.6 Strategi Kreatif**

Berdasarkan strategi kreatif yang telah dirancang, perancangan pada informasi ini harus efektif serta tersampaikan dan harus sesuai dengan kondisi lapangan di kawasan Gunung Galunggung yang memiliki bentuk *sign system* kurang memenuhi kebutuhan pada area pendakian. Dalam strategi kreatif tentu dirancang menggunakan Bahasa Indonesia yang jelas supaya mudah dipahami.

### **III.2.7 Strategi Media**

Berdasarkan pemilihan strategi media yaitu berupa *sign system*, dalam hal ini karena pada kawasan pendakian Gunung Galunggung memiliki keterbatasan dalam media informasinya. Visual yang dibuat disesuaikan dengan desain yang simpel serta supaya efektif dalam penyampaian informasinya. Media yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung.

## 1. Media Utama

Perancangan yang dibuat pada media utama ini merupakan media yang lebih di prioritaskan dan penting. Media informasi yang terdapat pada kawasan pendakian Gunung Galunggung ini adalah *sign system*. Dalam pengertiannya, *Sign system* merupakan rangkaian representasi visual dan simbolik grafik yang bertujuan sebagai media interaksi antara manusia dengan ruang publik (Tinarbuko, 2008, h12). *Sign system* dapat membantu dalam kondisi buta arah, memberi peringatan untuk menjaga keselamatan, mempromosikan suatu produk dan *brand*, serta hal lainnya. Maka dari itu *sign system* juga dapat diartikan sebagai petunjuk bagi mereka yang membutuhkan (Sukmawati E, 2014, h1). Adanya *sign system* di kawasan Gunung Galunggung sangat penting, karena *sign system* sangat diperlukan bagi wisatawan, terutama wisatawan non-lokal yang tidak mengetahui bagaimana medan dan rute pendakian di kawasan Gunung Galunggung.

Berdasarkan fungsinya *sign system* dibagi menjadi tujuh jenis (Calori, 2007, h71), yaitu:

1. *Identification sign*

*Identification signs* yaitu *sign system* yang digunakan sebagai identitas lokasi atau tempat.

2. *Directional sign*

*Directional signs* yaitu *sign system* yang berupa petunjuk arah ke lokasi tertentu.

3. *Warning sign*

*Sign system* ini berupa pengingat terhadap bahaya untuk menjaga keselamatan ataupun berupa peringatan terhadap bencana yang kemungkinan akan terjadi.

4. *Regulatory sign*

*Sign system* ini digunakan untuk mengatur perilaku manusia atau larangan untuk suatu kegiatan tertentu.

5. *Operational sign*

*Sign system* ini digunakan untuk memberikan pembelajaran dengan cara menunjukkan cara pengoperasian dan cara penggunaan sesuatu.

6. *Honorific sign*

*Sign system* ini digunakan sebagai penghargaan kepada seseorang, biasanya berupa nama seseorang yang dijadikan nama sebuah jalan.

7. *Interpretive sign*

*Sign system* ini membantu seseorang untuk mengetahui sejarah, geografi, maupun artifak sesuatu. Biasanya *interpretive signs* ini berada di museum ataupun tempat-tempat bersejarah.

Jenis *Sign system* yang dirancang untuk digunakan di kawasan Gunung Galunggung ada tujuh belas buah *sign system*. Terdiri dari satu *wayfinding sign* sebagai media paling utama, tiga buah *directional sign*, dua buah *regulatory signs*, tiga buah *warning sign*, dan delapan buah *identification sign*.

Menurut Sihombing (2001, h.22), pembuatan *sign system* harus mempunyai empat kriteria, yaitu:

1. Mudah dilihat.

Penempatan *sign system* harus secara tepat sehingga dapat terlihat dengan mudah oleh siapapun.

2. Mudah dibaca.

Bentuk huruf atau tipografi yang digunakan, serta pemilihan warna latar dan huruf sebisa mungkin harus dapat terbaca dalam kondisi apapun, baik siang ataupun malam

3. Mudah dimengerti.

Bentuk penulisan ataupun simbol-simbol yang tertera pada *Sign system* harus mudah dipahami oleh banyak orang dari berbagai usia dan kalangan. Tulisan yang terdapat pada *sign system* harus singkat, padat, dan jelas. Simbol yang digunakanpun biasanya memiliki makna yang telah dibangun

dari kesepakatan sosial atau melalui beberapa tradisi historis (Danesi, 2014: h37-38).

4. Dapat dipercaya

Informasi yang ditampilkan dalam *sign system* harus dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, dan tidak menyesatkan.

**2. Media pendukung**

Media pendukung digunakan untuk memperlengkap media utama dan sebagai penguat media utama dalam menyampaikan informasi sehingga dapat lebih baik. Pada perancangan ini, media pendukung yang akan digunakan adalah *t-shirt*, topi, *tumbler*, mug, pin, gantungan kunci, stiker, tas, *buff* masker, dan sarung tangan

**III.2.8 Strategi Distribusi**

Strategi distribusi adalah suatu perencanaan untuk menyalurkan informasi secara terjadwal dan terarah kepada suatu khalayak sasaran (Tubagus.F, 2018). Strategi distribusi sangat diperlukan dalam pemasaran suatu media, agar media dapat tersampaikan secara tepat sehingga informasi yang diterima khalayak sasaran dapat diterima dengan baik.

Tabel III.1 Distribusi Media

Media	Agustus	September	Oktober	November
Wayfinding Sign				
Sign System				
Infotainment Map				
Mini Infotainment Map				

Media Informasi															
Instagram	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Facebook				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Media Pendukung															
Gantungan Kunci				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Stiker	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pin	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tumbler				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Mug				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
T-shirt				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Topi				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Buff masker				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sarung tangan				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tas				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

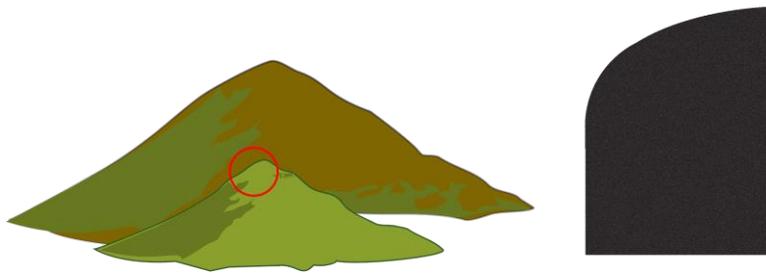
Sumber: Dokumentasi pribadi

### III.3 Konsep visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan *sign system* di kawasan Gunung Galunggung diambil dari bentuk gunung. Lengkungan dari bentuk *sign system* yang telah dirancang merupakan bentuk sederhana dari lengkungan gunung itu sendiri yang telah di kembangkan dan di proses sekreatif dan semenarik mungkin.

Visualisasi yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan teknik vektor. Hal ini dikarenakan teknik desain vektor sangat cocok untuk pembuatan objek geometris. Pengertian dari teknik desain vektor itu sendiri yaitu objek gambar yang

menggunakan titik-titik koordinat dan rumus-rumus tertentu yang tersusun dari garis dan kurva (Fardhen, 2010). Dengan menggunakan teknik vektor dan dibantu dengan aplikasi adobe illustrator, perancang yakin mampu memberikan suatu rancangan terbaik untuk diberikan kepada khalayak sasaran. Dalam bagian ini, akan dijelaskan tentang format desain, tata letak, tipografi, ilustrasi, dan warna dari perancangan *sign system* tersebut.



Gambar III.5 Penyederhanaan visualisasi

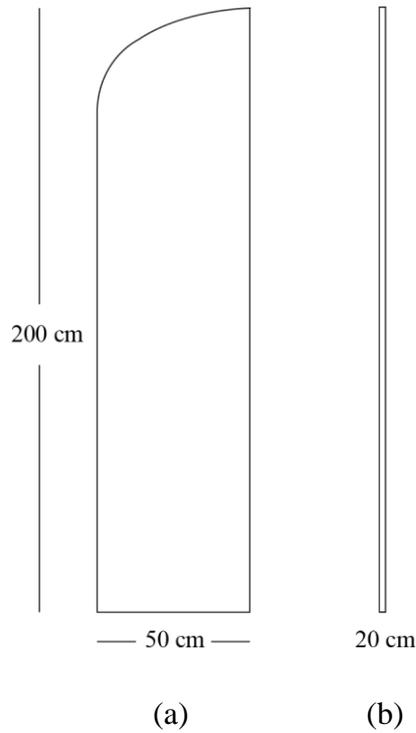
Sumber: <https://pixabay.com/fr/vectors/montagne-nature-pic-paysages-2024338/>

Diakses pada (17/07/2019)

### III.3.1. Format Desain

Format desain *sign system* pada perancangan ini bersifat miniatur/*mock up* dengan perbandingan skala yang disesuaikan dengan ukuran objek itu sendiri, sehingga dapat terlihat dengan jelas oleh pembaca. Format bentuk desain yang dirancang adalah satu buah *wayfinding sign* sebagai media paling utama, tiga buah *directional sign*, dua buah *regulatory signs*, tiga buah *warning sign*, dan delapan buah *Identification sign*.

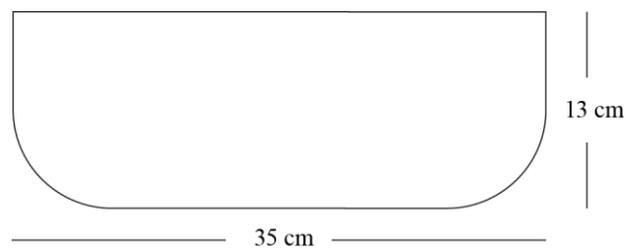
Format bentuk desain untuk *wayfinding sign* yang memiliki bentuk dasar kombinasi antara bentuk geometris persegi panjang dan lengkungan yang merupakan bentuk penyederhanaan dari objek gunung, satu buah *wayfinding sign* berbentuk portrait dengan satu lengkungan dan delapan buah *identification sign* lainnya berbentuk landscape dengan dua buah lengkungan.



Gambar III.6 Bentuk *wayfinding sign* (skala 1:25)

(a) tampak depan (b) tampak samping

Sumber: Dokumentasi pribadi

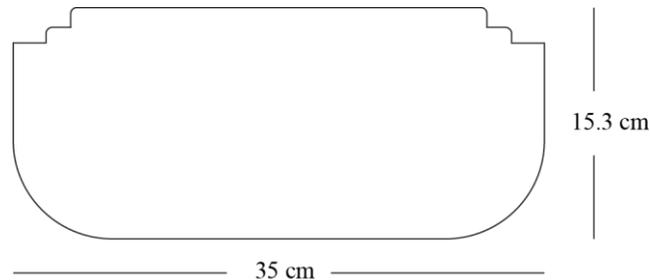


Gambar III.7 Bentuk *identification sign* (skala 1:5)

Sumber: Dokumentasi pribadi

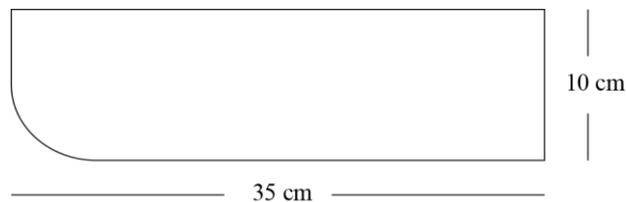
Format bentuk desain untuk *directional sign* juga memiliki bentuk yang hampir sama dengan *identification sign*, yang membedakan adalah lengkungannya. *directional sign* memiliki satu lengkungan dan bentuk dasar persegi panjang dengan

membentuk kombinasi seperti anak panah, sedangkan *identification sign* memiliki dua lengkungan di kedua sisinya seperti pada gambar diatas.



Gambar III.8 Bentuk *Warning sign* dan *Regulation sign* (skala 1:5)

Sumber: Dokumentasi pribadi

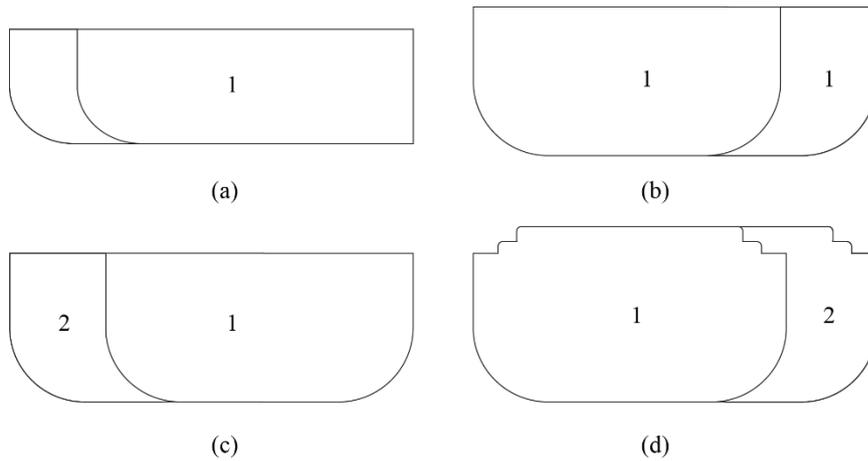


Gambar III.9 Bentuk *Direction sign* (skala 1:5)

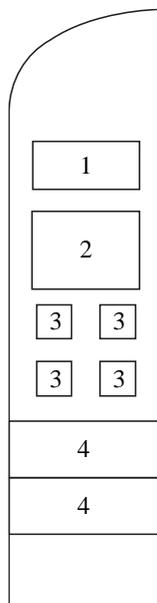
Sumber: Dokumentasi pribadi

### III.3.2. Tata Letak (*layout*)

Konsep tata letak (*layout*) pada *sign system* rancangan ini mengikuti arah baca masyarakat indonesia, untuk konten tulisan menggunakan *layout sequence Z*. *Layout sequence Z* adalah konten tulisan dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah seperti alur huruf Z. Penempatan ikon, ilustrasi, ataupun keduanya di rancang dan ditempatkan secara tepat dan mudah dipahami, sehingga kombinasi antara penempatan tulisan dan penempatan ikon ataupun ilustrasi dapat membuat khalayak sasaran tertarik dan mengerti.



Keterangan :  
 1. Teks  
 2. Ilustrasi.



Keterangan :  
 1. Headline Gunung Galunggung  
 2. Informasi singkat  
 3. Regulasi sign dan warning sign  
 4. Direction sign

(e)

Gambar III.10 *Layout sign system*

(a) *directional sign* (b) *identification sign pos* (c) *identification sign lokasi* (d) *warning sign* (e) *wayfinding sign*

Sumber: Dokumentasi pribadi

### III.3.3. Tipografi

Tipografi adalah seni tentang aturan atau tata cara penggunaan huruf, kata, paragraf pada ruang – ruang yang tersedia untuk menciptakan kesan – kesan tertentu sehingga dapat menolong para pembaca agar lebih nyaman dan maksimal dalam membaca (Muhuck, 2011). Tipografi yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan *font* aquawax dengan jenis *sans serif* dan *fontstyle bold* karena *font* ini memiliki ketebalan dan kerapatan yang dapat memberi kesan tegas, dan tidak kaku. *Font* ini juga memiliki bentuk yang sama dengan bentuk objek rancangan *sign system* di kawasan Gunung Galunggung. Selain *aquawax*, perancang juga menggunakan *font* arial untuk digunakan dalam angka, dikarenakan *font* aquawax sendiri tidak menyediakan *font* untuk angka dengan gratis. *Font* memiliki lisensi yang berkaitan dengan keabsahan dalam penggunaan *font* itu sendiri (Tubagusfai, 2018). Lisensi *font* memiliki dua kategori, *free* dan *commercial*. *Font commercial* adalah *font* berbayar, sedangkan *font free* adalah *font* yang didapatkan secara gratis. *Font* yang dipilih dalam perancangan ini menggunakan *font free*.

#### Aquawax

**ABCDEFGHIJKLMNO**  
**PQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmno**  
**pqrstuvwxyz**  
**`!#\$%^&\*()\_+ -= {} []**  
**:"',<.>/?**

Gambar III.11 *Font* Aquawax

Sumber: <https://www.zetafonts.com/aquawax>

(Diakses pada 23/06/2019)

**Arial**

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno  
pqrstuvwxyz  
1234567890  
`!#\$%^&\*()\_+ -= {} []  
:; ", < . > / ?**

Gambar III.12 *Font* Arial

Sumber : <https://www.designworkplan.com/read/arial-is-everywhere>

(Diakses pada 23/06/2019)

### III.3.4. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Kusrianto, 2009, h.140). Ilustrasi yang dibuat oleh perancang diharapkan dapat dipahami dengan mudah oleh wisatawan yang akan datang, sehingga pesan dari *sign system* tersebut dapat tersampaikan dan berguna dengan baik.

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah sistem tanda yang berhubungan erat dengan ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang bentuknya dibuat menyerupai bentuk yang diwakilinya. Indeks adalah tanda yang mempunyai hubungan sebab akibat atau bukti dari yang diwakilinya. Sedangkan simbol berarti tanda yang lahir karena adanya peraturan atau kesepakatan bersama

(Piliang 1998, h.17). Teknik ilustrasi yang digunakan dalam perancangan *sign system* ini menggunakan teknik desain vektor dengan gradasi.

### III.3.5. Warna

Warna adalah unsur yang sangat berpengaruh dalam suatu karya. Warna dapat mempengaruhi suasana, ruang, dan bentuk dari suatu karya maupun objek. Warna juga dapat mengekspresikan pesan yang terkandung dalam suatu karya ataupun objek. Pemilihan warna tidak boleh sembarang, karena setiap warna mempunyai makna. Maka dari itu perancang menggunakan warna-warna yang telah dikaji dan dirancang dengan kecocokan dan pesan serta makna-makna tertentu agar dapat menyampaikan pesan dengan baik, warna-warna tersebut adalah:

1. Hijau olive gradasi.

Hijau adalah warna yang mempresentasikan alam. Warna ini melambangkan pertumbuhan, harmoni, kesegaran, dan kesuburan. Secara emosional hijau dapat berarti keamanan. Selain itu penggunaan warna ini merupakan warna kawah Gunung Galunggung, teknik gradasi digunakan karena diambil dari warna kawah Gunung Galunggung yang memiliki warna-warna hijau tersebut.

2. Kuning.

Warna kuning memiliki panjang gelombang yang cukup panjang, sehingga dapat menarik perhatian dan mencolok, warna kuning sangat cocok untuk menyoroti elemen-elemen penting. Maka perancang menggunakan warna ini di elemen *regulation sign* agar terlihat jelas dan mencolok sebagai sebuah peringatan. Selain itu, warna ini juga merupakan warna identitas dari jalur tangga di Gunung Galunggung.

3. Merah.

Merah memiliki warna yang mencolok dan kuat. Warna merah juga dapat diselaraskan dengan larangan terhadap bahaya. Dalam perancangan sign

system ini, warna merah digunakan untuk elemen *regulation sign*, karena memiliki warna yang kuat sebagai larangan untuk tidak melakukan hal-hal yang dilarang.

4. Biru.

Biru merupakan warna yang luas, bernuansa ketenangan. Hal ini cocok dengan nuansa pada Gunung Galunggung. Warna ini juga merupakan warna identitas dari jalur tangga di Gunung Galunggung.

5. Hitam.

Warna hitam merupakan warna yang universal, yang artinya warna tersebut cocok dikombinasi dengan warna-warna yang lain. Warna hitam sering dipakai sebagai warna latar agar warna lainnya terlihat jelas. Warna hitam sering disandingkan dengan warna-warna cerah. Perancang menggunakan warna hitam untuk suatu penegasan.

6. Putih.

Warna putih merupakan warna yang sama memiliki kesan universal dengan hitam. Warna putih digunakan supaya *sign system* dapat terlihat pada malam hari.

						
C : 45%	C : 14%	C : 2%	C : 0%	C : 70%	C : 75%	C : 0%
M : 0%	M : 0%	M : 9%	M : 99%	M : 15%	M : 68%	M : 0%
Y : 100%	Y : 65%	Y : 97%	Y : 97%	Y : 0%	Y : 67%	Y : 0%
K : 0%	K : 90%	K : 0%				
R : 152	R : 225	R : 255	R : 237	R : 39	R : 0	R : 255
G : 206	G : 231	G : 222	G : 28	G : 170	G : 0	G : 255
B : 40	B : 123	B : 23	B : 36	B : 225	B : 0	B : 255
#98CE28	#E1E77B	#FFDE17	#ED1C24	#27AAE1	#000000	#FFFFFF

Dibawah ini merupakan warna gradasi yang sering dipakai dalam perancangan identitas visual. Warna tersebut mengambil dari referensi visual kawah Gunung Galunggung.



Gambar III.13 Warna

Sumber: Dokumentasi pribadi