

## **BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

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

Rancangan yang dibuat harus memenuhi kebutuhan sasaran terutama dalam masalah informasinya. Target khalayak atau sasaran merupakan orang yang diharapkan untuk melihat desain yang dibuat, serta dengan mengetahui audiens atau segmen yang dituju akan memudahkan dalam sebuah perancangan. (Hendratman, 2015, h.22)

#### **III.1.1 Segmentasi**

- Demografis

Usia	: 13-15 tahun
Jenis kelamin	: Laki – laki dan perempuan
Status ekonomi	: Kalangan menengah dan atas
Target primer	: Pelajar
Target sekunder	: Wisatawan

Penumpang bus Bandros tersebut kebanyakan pelajar, maka dari itu dipilih usia 13-15 tahun yaitu pelajar SMP. Namun selain pelajar, banyak juga wisatawan yang menaiki bus Bandros sehingga, menjadi target sekunder untuk perancangan ini.

- Geografis

Perancangan ini ditujukan untuk wisatawan yang hendak menaiki bus Bandros dan bertempat tinggal di wilayah Bandung maupun dari luar Kota Bandung.

- Psikografis

Menurut Ahyani dan Astuti (2018, h.93), masa remaja umumnya berkisar antara umur 13-18 tahun saat sekolah menengah, masa ini merupakan peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa dimana mengalami perkembangan baik dari fisik, mental, sosial, maupun emosi. Dalam usia remaja, berkembang juga mengenai minat mereka yang merupakan satu perangkat mental perasaan yang merupakan campuran dari perasaan, harapan, pendirian, dan perasangka. Salah satu minat saat masa remaja

adalah minat terhadap rekreasi, namun lebih mengarahkan kepada hobi seperti berjalan-jalan atau berolahraga, minat dari perempuan dan laki-laki juga berbeda misalnya perempuan lebih mengarah pada minat atau hobi yang lebih rekreatif dan feminin sementara laki-laki lebih kepada fisik dan maskulin.

### III.1.2 Consumer Journey

Berikut merupakan *consumer journey* dari target sasaran yang telah ditentukan yaitu seorang pelajar.

Tabel III.1 *Consumer Journey* Pelajar SMP  
Sumber: Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	Tempat	<i>Point of Contact</i>
5.30	Bangun tidur, salat	Rumah	Jam, tempat tidur, sajadah, sarung
5.45	Mandi	Rumah	Handuk, perlengkapan mandi
6.15	Sarapan	Rumah	Piring, gelas, sendok, televisi, botol minum, jam
6.30	Berangkat sekolah	Rumah / di jalan	Tas, gantungan kunci, pin, <i>handphone</i> , poster, spanduk, <i>tote bag</i>
7.00	Belajar	Sekolah	Buku catatan, jam, poster, pulpen, botol minum,
12.00	Salat	Masjid / sekolah	Sajadah, sarung, sandal
12.15	Istirahat	Sekolah / kantin	Piring, sendok, poster, botol minum
15.00	Salat / pulang sekolah	Masjid, sekolah, jalan pulang	Sajadah, sarung, sandal, poster, brosur, spanduk, <i>infotainment map</i> .

15.30	Bermain	Diluar sekitar rumah	Poster, spanduk, brosur, topi, kaos, <i>tote bag</i>
18.00	Mandi dan salat	Rumah	Perlengkapan mandi, kaos, sajadah, sarung
19.00	Makan malam, mengerjakan tugas	Rumah	Alat makan, televisi, buku catatan, pulpen, kipas
21.30	Tidur	Rumah	Tempat tidur, selimut

### III.1.3 *Consumer Insight*

Menurut Maulana (2009, h.25), *consumer insight* bisa diartikan sebagai pencarian latar belakang maupun perilaku dari target audiens mengenai sebuah produk. Pada perancangan informasi ini target yang dipilih ialah pelajar SMP, dengan meneliti perilakunya untuk mengetahui pendapat audiens mengenai permasalahan yang ada di bus Bandros. Dengan meneliti lebih jauh akan didapat sebuah data yang akan membantu proses perancangan informasi yang akan merujuk pada pemilihan media. *Consumer insight* yang ditentukan untuk perancangan informasi ini adalah sebagai berikut:

- Tidak adanya peta yang tersedia di halte tempat menaiki bus Bandros.
- Rute yang dilewati berbeda dengan yang tertulis pada halte bus Bandros.
- Informasi rute yang ada di sosial media beda dengan yang dilewati.
- Informasi mengenai bus Bandros hanya bisa didapatkan dengan bertanya kepada petugas, misalnya harga tiket.

### III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang digunakan dalam media informasi yang akan dibuat ini adalah dengan merancang media informasi yang mudah dimengerti oleh audiens sehingga informasi yang disampaikan dapat dicerna dengan mudah. Adapun metode yang digunakan yaitu 5W + 1H (*what, who, why, where, when, how*).

- *What?*  
Apa informasi yang akan diberikan?

Informasi yang diberikan yaitu mengenai rute-rute bus Bandros, serta tempat-tempat unik yang dilalui bus Bandros tersebut.

- *Why?*

Mengapa informasi ini dibuat?

Informasi ini dibuat dikarenakan permasalahan yang ada yaitu informasi rute yang diberikan pada praktiknya tidak sama dengan rute yang dilalui oleh bus Bandros, hal ini membuat kebingungan pada penumpang.

- *Who?*

Siapa target sasaran untuk rancangan media informasi ini?

Targetnya semua umur, namun diutamakan untuk pelajar mulai dari SD sampai SMA.

- *Where?*

Dimana media informasi ini akan ditempatkan?

Akan ditempatkan di halte-halte tempat menaiki bus Bandros (Alun-Alun, Taman Dewi Sartika, seberang Museum Geologi, Terminal Antapani)

- *When?*

Kapan media informasi ini akan dipergunakan?

Pada tanggal 25 September, dikarenakan pada tanggal tersebut merupakan hari jadi Kota Bandung. Maka dari itu pemasangan informasi ini pertamakali akan dipergunakan tepat pada hari jadi Kota Bandung, terlebih bus Bandros identik dengan Kota Bandung.

- *How?*

Bagaimana cara merancang media informasi tersebut sehingga pesannya bisa tersampaikan dengan baik kepada target sasaran?

Dibuat menggunakan ilustrasi digital yaitu dibuat *vector*, dengan warna yang mencolok untuk menarik perhatian serta membuatnya lebih banyak menggunakan visual daripada teks sehingga mudah dipahami oleh target sasaran. Penggunaan dominan visual dibandingkan teks ini juga bisa membuat target sasaran tidak bosan saat melihatnya.

### III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi yaitu untuk memberikan informasi yang sesuai mengenai rute-rute bus Bandros kepada calon penumpang, sehingga penumpang tidak merasa kebingungan atau kecewa karena telah mengetahui rute-rute bus beserta tempat-tempat yang dilewatinya.

### III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam perancangan media informasi ini menggunakan pendekatan verbal dan visual.

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal baik media utama maupun media pendukungnya menggunakan Bahasa Indonesia formal sebesar 95% dan Bahasa Inggris 5%. Penggunaan Bahasa Indonesia dikarenakan calon penumpang tidak hanya berasal dari Kota Bandung maupun daerah sekitar Bandung saja. Sehingga penggunaan Bahasa Indonesia ini dirasa tepat karena akan mudah dipahami dan informasi akan mudah tersampaikan sepenuhnya. Sementara untuk penggunaan Bahasa Inggris, digunakan untuk kata *scan* pada bagian media sosial.

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual pada rancangan informasi melalui media *infotainment map* ini harus memiliki daya tarik terhadap target khalayak. Studi visual yang digunakan mengambil data dari studi khalayak sehingga sesuai dengan kebutuhan, serta menampilkan visual yang bersifat faktual untuk memberikan gambaran nyata. (Albar, Mahardika, & Yunus, 2015, hal.122) Dengan mengambil tema pohon dan bunga sesuai dengan Kota Bandung yang terkenal dengan julukan Kota Kembang (bunga) serta daerahnya yang masih banyak pohon serta sejuk. Maka dari itu visualnya lebih banyak menggunakan warna-warna hijau, coklat, serta warna-warna cerah untuk macam-macam bunga. Visual yang terdapat pada *infotainment map* ini akan lebih mengutamakan mengenai rute-rute serta tempat-tempat unik yang dilalui. Rute yang bermacam-macam akan diberi warna yang berbeda sesuai

dengan warna bus yang akan melalui rute tersebut, misal bus warna merah akan diberi jalur rute warna merah juga. Selain rute terdapat beberapa tempat-tempat unik yang dilalui oleh bus Bandros, dalam *infotainment map* ini tempat-tempat unik itu akan dibuat dengan mempertahankan ciri khas tempat tersebut sehingga penumpang bus Bandros tidak akan kebingungan saat melewati tempat tersebut.

### **III.2.3 Mandatory**

*Mandatory* dalam perancangan ini akan melibatkan Dinas Perhubungan Kota Bandung sebagai pengelola Bus Bandros. Dinas Perhubungan Kota Bandung ini beralamat di Jalan Sor GBLA, Rancabolang, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat 40292.



Gambar III.1 Logo Dinas Perhubungan Kota Bandung  
Sumber: <http://dishub.jabarprov.go.id/image/berita/DISHUB.png>  
(Diakses pada 11/07/2019)

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

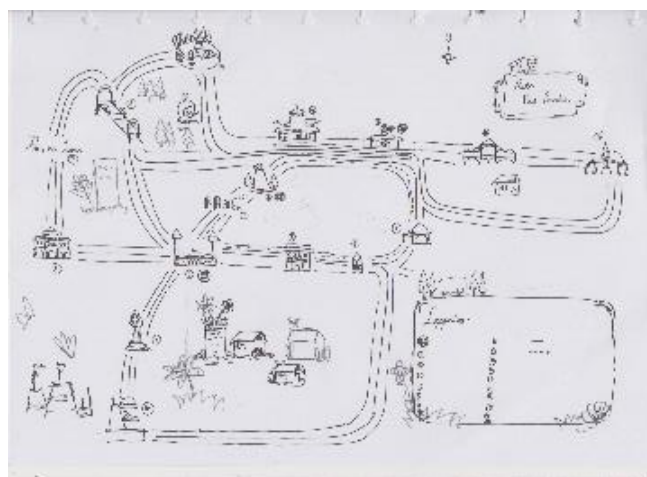
Materi pesan yang akan disampaikan adalah mengenai informasi berbagai macam rute-rute yang dilewati oleh bus Bandros, beberapa macam rute itu akan diwakili oleh warna-warna sesuai bus Bandros yang melewatinya. Terdapat juga informasi mengenai tempat-tempat unik yang akan dilewati oleh bus Bandros sehingga penumpang bisa mengetahui tempat apa saja yang akan mereka lewati atau mereka ingin lewati sehingga bisa memilih warna bus sendiri.

### III.2.5 Gaya Bahasa

Menurut Sumadiria (2006, h.145), gaya bahasa digunakan dengan tujuan memberikan efek lebih indah dengan cara membandingkan satu hal tertentu dengan satu hal yang lebih umum. Gaya bahasa yang digunakan dalam media informasi ini lebih kepada pemaknaan yaitu denotasi yang memiliki arti sebenarnya. Penggunaan denotasi dikarenakan perancangan ini berkaitan dengan pemberian informasi dimana pemberian informasi harus menggunakan arti sebenarnya dan sejelas-jelasnya.

### III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif disini menggunakan gaya visual *flat design* berbentuk *vector*, penggunaan *vector* ini akan membuat detail gambar lebih tajam serta tidak akan merubah kualitasnya jika gambar diperbesar maupun diperkecil. Selain itu visualisasi jalur yang dibuat merupakan penyederhanaan dari jalan sebenarnya yang dilewati oleh bus Bandros tersebut, namun tempat-tempat unik yang dilewati bus akan ditempatkan sesuai tempat aslinya, misalnya seperti kawasan Braga akan ditempatkan berdekatan dengan Taman Dewi Sartika seperti aslinya. Proses visualisasi dimulai dengan pembuatan sketsa terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan proses digitalisasi. Berikut merupakan sketsa serta visual *infotainment map* yang dibuat.



Gambar III.2 Sketsa  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 15/07/2019)



Gambar III.3 Visual *Infotainment Map*  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 15/07/2019)

### III.2.7 Strategi Media

#### III.2.7.1 Media Utama

Strategi media utama menggunakan *infotainment map* yang didalamnya berisi informasi mengenai semua rute-rute, halte, serta tempat-tempat unik yang dilewati oleh bus Bandros. Menurut Morissan (2014, h.220), *infotainment* berasal dari kata informasi dan *entertainment* yang berarti hiburan, serta memuat informasi yang segera ditayangkan. Sehingga *infotainment map* ini jika digabungkan akan memiliki arti sebuah peta informasi yang disertai unsur hiburan. Penggunaan unsur hiburan ini agar orang yang melihat peta tersebut akan merasa tertarik dan tidak bosan, sementara rute yang diinformasikan merupakan rute biasa yang dilewati oleh bus dan juga rute alternatif apabila rute utama tidak bisa dilewati bus Bandros

#### III.2.7.2 Media Pendukung

- Brosur

Brosur dipilih sebagai media pendukung dikarenakan ukurannya tidak terlalu besar, dan juga distribusinya cukup mudah, namun dapat memberikan informasi yang mudah dipahami.



- *Kaos / T-shirt*  
Penggunaan kaos sebagai media pendukung ini dikarenakan kaos akan sangat luas penyampaian pesannya, orang yang menggunakan kaos tersebut saat berpergian secara tidak langsung akan memberikan informasi juga pada banyak orang yang melihatnya.
- *Buku Catatan*  
Buku catatan akan bermanfaat bagi para pelajar yang menjadi target sasaran, bisa digunakan untuk mencatat informasi yang diberikan pemandu.
- *Botol Minum*  
Fungsi botol minum ini untuk menyimpan cadangan air, berguna pada saat berpergian maupun menaiki bus Bandros, bisa sebagai cenderamata juga.
- *Pin*  
Pin berfungsi sebagai cendera mata yang bisa didapatkan pada tempat menaiki bus Bandros.
- *Gantungan Kunci*  
Gantungan kunci disini sebagai cendera mata yang bisa didapatkan saat menaiki bus Bandros.
- *Kipas*  
Kipas sangat berguna saat berpergian, saat gerah didalam bus Bandros juga bisa menggunakan kipas.
- *Tote Bag*  
*Tote bag* digunakan untuk menyimpan barang saat berpergian menggunakan bus Bandros, bisa dibuat sebagai cendera mata para penumpang, bisa juga digunakan oleh petugas pemandu yang bertugas di dalam bus Bandros tersebut.
- *Stiker*  
Stiker bisa dijadikan cendera mata dan digunakan sebagai pengingat mengenai bus Bandros.
- *Topi*  
Topi bisa dijadikan cendera mata saat berpergian menggunakan bus Bandros, bisa juga digunakan oleh para petugas bus Bandros sebagai media pendukung.

- Poster

Poster disini yaitu *infotainment map* yang akan diunggah di akun sosial media milik bus Bandros itu sendiri, yaitu Instagram dan Facebook.

### III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi media ini berkaitan dengan hari jadi Kota Bandung yang ke 209 tahun, tepatnya pada tanggal 25 September 2019. Maka dari itu akan mulai dilakukan penyebaran sebelum tanggal 25 September 2019 atau minggu ketiga pada bulan September 2019.

Tabel III.2 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media  
Sumber: Pribadi (2019)

No	Media	September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	<i>Infotainment Map</i>								
2	Brosur								
3	<i>T-shirt</i>								
4	Buku Catatan								
5	Botol Minum								
6	Pin								
7	Gantungan Kunci								
8	Kipas								
9	<i>Tote Bag</i>								
10	Topi								
11	Stiker								
12	Poster (Instagram & Facebook)								

### **III.3 Konsep Visual**

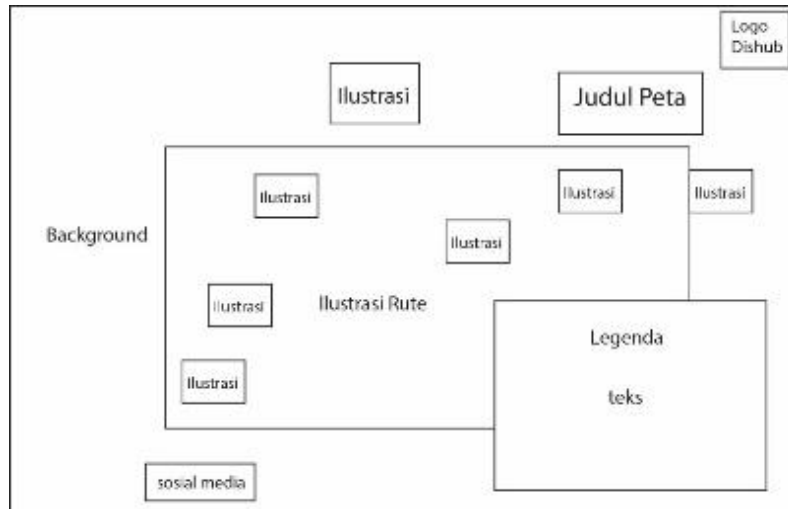
#### **III.3.1 Format Desain**

Format desain yang digunakan pada perancangan media utama yaitu *landscape*. Pemilihan format *landscape* dikarenakan peta Kota Bandung sendiri yang melebar kesamping, maka dari itu pemilihan dengan format tersebut akan cocok untuk media utama. Pemilihan format untuk media pendukung lainnya akan disesuaikan tergantung medianya, dikarenakan jenisnya berbeda satu dengan yang lainnya.

#### **III.3.2 Tata Letak**

Menurut Rustan (2010), tata letak atau *layout* bisa diartikan sebagai tata letak sebuah elemen desain pada media tertentu untuk mendukung pesan yang akan disampaikan. Dizaman yang semakin berkembang ini arti tata letak itu sendiri sudah makin berkembang sehingga banyak yang mengartikan bahwa mengatur tata letak sama dengan merancang.

Dalam perancangan media utama, tata letak yang akan ditampilkan berupa gambar serta tulisan sebagai penunjang dan memperjelas informasi yang akan diberikan, dengan harapan target khalayak akan mudah menerima informasi tersebut. Informasi yang ditampilkan berdasarkan data yang telah dikumpulkan, ditambah visual atau gambar serta tulisan yang dibuat kedalam sebuah *infotainment map*. Tata letak seperti ikon tempat yang dilewati akan ditempatkan sesuai aslinya, penempatan tata letak seperti itu diharapkan akan mempermudah target khalayak dalam mengenali objek.



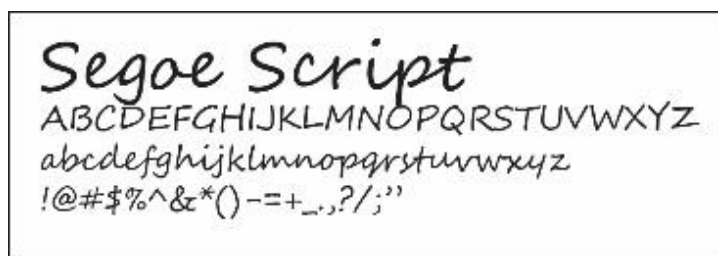
Gambar III.4 Tata Letak  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 13/07/2019)

### III.3.3 Tipografi

Tipografi berkaitan dengan huruf serta percetakannya namun pada zaman teknologi yang sudah berkembang membuat maknanya juga makin berkembang, saat ini tipografi bisa diartikan sebagai segala disiplin yang berkaitan dengan huruf. (Rustan, 2011, h16).

Tipografi yang digunakan dalam perancangan media utama sebagai berikut:

- *Headline*



Gambar III.5 Tipografi *Headline*  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 13/07/2019)

Jenis huruf yang dipakai pada media utama sebagai *headline* yaitu jenis *sans serif* dengan nama huruf Segoe Script yang dibuat oleh Microsoft Corporation. Penggunaan jenis tulisan tersebut dikarenakan bentuknya yang tidak kaku, cocok

dengan bus Bandros itu sendiri yang menampilkan suasana santai saat berwisata. Lisensi dari Segoe Script ini yaitu *commercial use* atau berbayar, huruf Segoe Script ini hanya akan dipakai untuk kepentingan pendidikan bukan sebagai komersial.

- *Body Text*



Gambar III.6 Tipografi *Body Text*  
Sumber: Pribadi (2019)

*Font* yang digunakan untuk *body text* yaitu jenis *sans serif* dengan nama *font* Calibri yang dibuat oleh Microsoft Corporation. Pemilihan *font* Calibri ini dikarenakan hurufnya tidak terlalu berdempetan sehingga akan memudahkan audiens untuk membaca. Diharapkan dengan penggunaan *font* tersebut, target khalayak akan mudah menerima informasi yang ditampilkan. *Font* Calibri ini memiliki lisensi berbayar, maka dari itu *font* Calibri ini hanya akan dipakai untuk kebutuhan pendidikan bukan sebagai komersial.

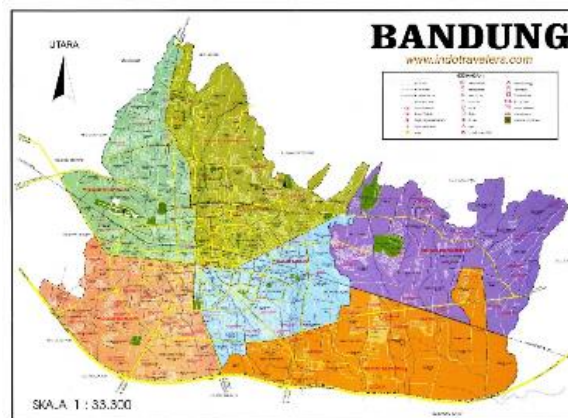
### III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah ekspresi yang digambarkan dengan memiliki sifat imajinatif dan bisa disalurkan melalui sebuah gambar, tulisan, atau bunyi. (Fariz, 2009, h.14). Tahap awal dalam pembuatan media utama yaitu dengan membuat sketsa ilustrasi dahulu. Adapun referensi yang digunakan untuk membuat ilustrasi media utama, diantaranya sebagai berikut:



Gambar III.7 Referensi 1

Sumber: <https://www.outsideonline.com/sites/default/files/2016/12/15/berlin-marathon-map-illo.jpg>  
(Diakses pada 14/07/2019)

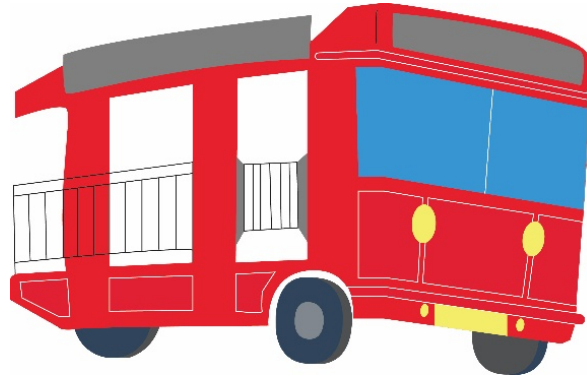


Gambar III.8 Peta Kota Bandung

Sumber: <https://ppdbkotabandung.files.wordpress.com/2014/06/peta-bandung.jpg>  
(Diakses pada 14/07/2019)

Ilustrasi pertama yang menjadi referensi media utama yaitu ilustrasi dari Matt Anderson. Pemilihan ilustrasi tersebut dikarenakan sesuai dengan media utama yaitu mengenai rute perjalanan, serta menggunakan konsep hijau dengan bentuk bangunan yang rata, yang berbeda pada media utama yaitu ditambahkannya tema bunga dan hijau serta bentuk pulau langit. Referensi lainnya yaitu dari peta Kota Bandung itu sendiri yang menjadi acuan penggunaan bentuk pulau yang ada, maka dari itu bentuk pulau dibuat semirip mungkin dengan peta Kota Bandung, hal ini cocok dikarenakan bus Bandros itu sendiri identik dengan kota Bandung. Untuk pembuatan logo bus Bandros, referensi yang digunakan adalah bus Bandros

berwarna merah. Pemilihan bus warna merah tersebut dikarenakan bus Bandros yang pertama dirilis adalah bus warna merah, sehingga warna tersebut cocok untuk digunakan sebagai logo.

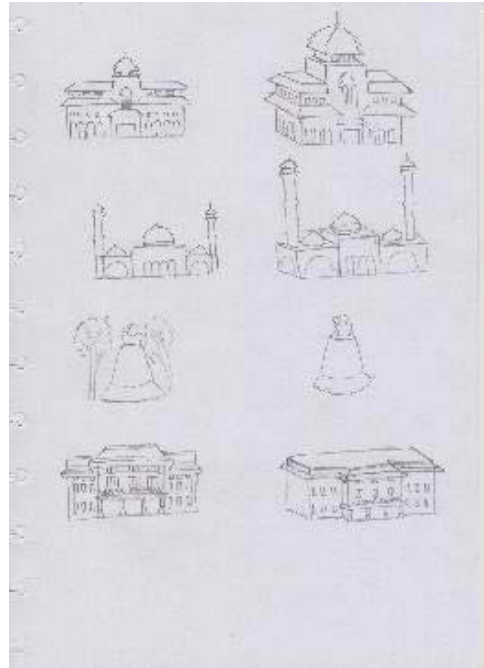


Gambar III.9 Bus Bandros  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 08/08/2019)

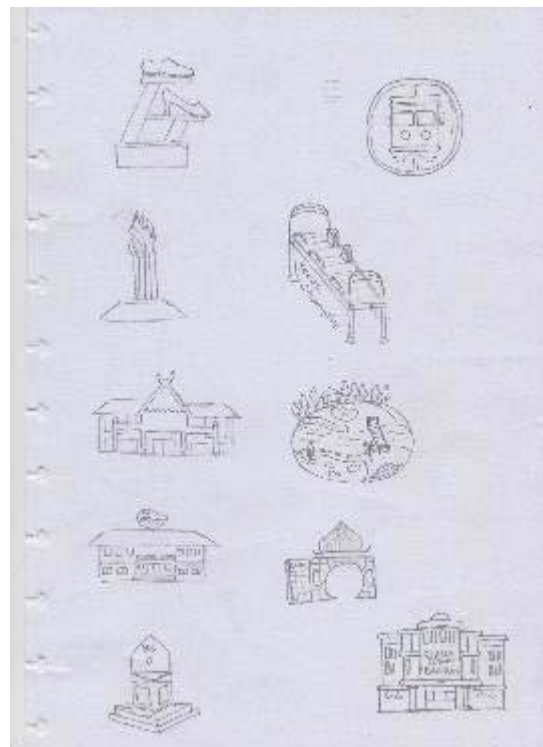
Untuk pembuatan ikon melalui tahapan pencarian referensi, sketsa, kemudian dibuat bentuk *vector* yang mirip dengan referensi foto yang telah ada, sehingga ikon dan bentuk aslinya tidak akan berbeda telalu jauh. Untuk referensi gaya visual serta sketsa ikon sebagai berikut.



Gambar III.10 Referensi Gaya Visual  
Sumber : [https://s3.envato.com/files/266217545/Preview%20Image%20Set/01\\_preview1.jpg](https://s3.envato.com/files/266217545/Preview%20Image%20Set/01_preview1.jpg)  
(Diakses pada 16/07/2019)

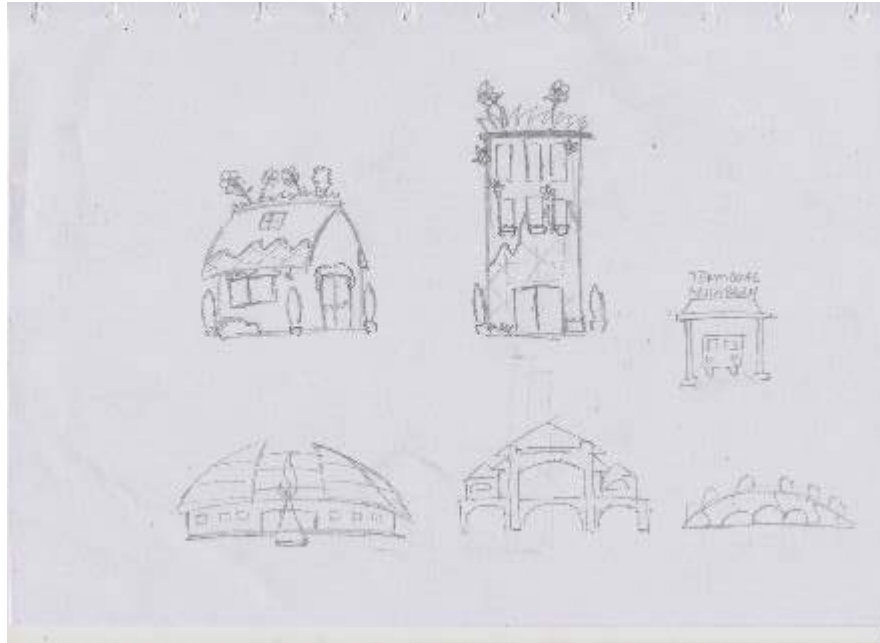


Gambar III.11 Sketsa 1  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 16/07/2019)



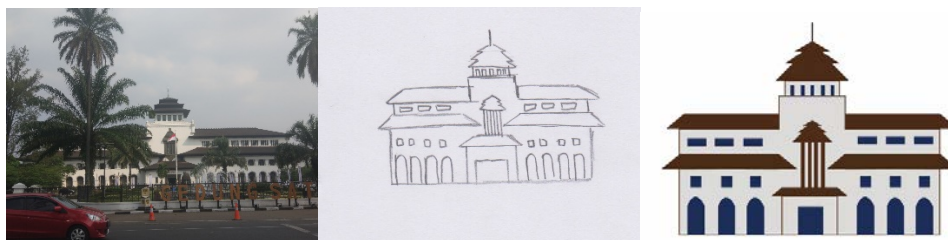
Gambar III.12 Sketsa 2  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 16/07/2019)





Gambar III.13 Sketsa 3  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Ikon Gedung Sate  
 Ikon Gedung Sate dibuat semirip mungkin dengan referensi foto aslinya. Bangunan ini merupakan salah satu tempat yang dilewati oleh bus Bandros.



Gambar III.14 Ikon Gedung Sate  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Museum Geologi  
 Museum Geologi merupakan tempat yang dilewati oleh bus Bandros. Bentuk bangunan dibuat semirip mungkin, hanya pada ikon Museum Geologi diberikan ilustrasi sebuah kepala dinosaurus dikarenakan museum ini banyak memiliki koleksi mengenai dinosaurus.



Gambar III.15 Ikon Museum Geologi  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Masjid Lautze

Masjid Lautze merupakan salah satu tempat yang dilewati oleh Bus Bandros. Dibuat mirip dengan mengambil bentuk pintu yang melingkar tersebut.



Gambar III.16 Ikon Masjid Lautze  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Tugu 0 Km Bandung

Tugu 0 Km Bandung ini salah satu tempat wisata bagi yang menaiki bus Bandros. Bentuknya dibuat mirip dengan bentuk aslinya, sehingga memudahkan orang untuk mengidentifikasi tempat tersebut.



Gambar III.17 Ikon Tugu 0 Km Bandung  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Gedung Merdeka

Gedung Merdeka merupakan salah satu tempat yang terkenal di Kota Bandung. Tempat ini juga dilewati oleh bus Bandros berwarna kuning



Gambar III.18 Ikon Gedung Merdeka

Sumber: Pribadi

(Diakses pada 16/07/2019)

- Masjid Agung Bandung

Masjid Agung Bandung yang terletak dipusat kota ini selain menjadi tempat wisata bagi para penumpang bus Bandros. Letaknya didepan alun-alun yang juga merupakan salah satu halte utama untuk menaiki bus Bandros.



Gambar III.19 Ikon Masjid Agung Bandung

Sumber: Pribadi

(Diakses pada 16/07/2019)

- Jalan Braga

Jalan Braga yang menjadi ikon Kota Bandung ini cukup sering dilewati oleh bus Bandros. Ikon yang dibuat ini sesuai dengan referensi yang ada.



Gambar III.20 Ikon Braga  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Taman Dewi Sartika

Taman Dewi Sartika merupakan salah satu halte utama untuk menaiki bus Bandros, maka dari itu dibuat mirip dengan referensi yang ada.



Gambar III.21 Ikon Taman Dewi Sartika  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Teras Cikapundung

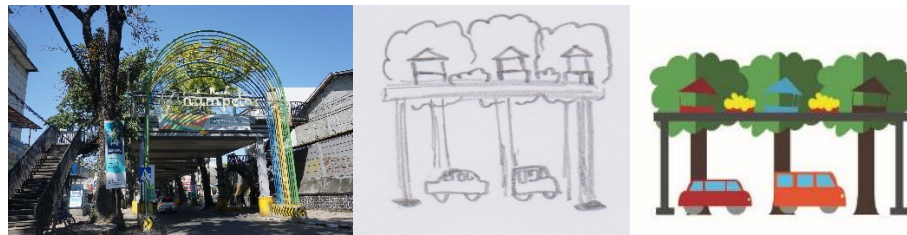
Untuk ikon Teras Cikapundung ini dibuat secara keseluruhan area, namun masih mengikuti referensi yang ada dengan menampilkan sebuah jembatan merah yang merupakan tempat khas di Teras Cikapundung tersebut.



Gambar III.22 Ikon Teras Cikapundung  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Teras Cihampelas

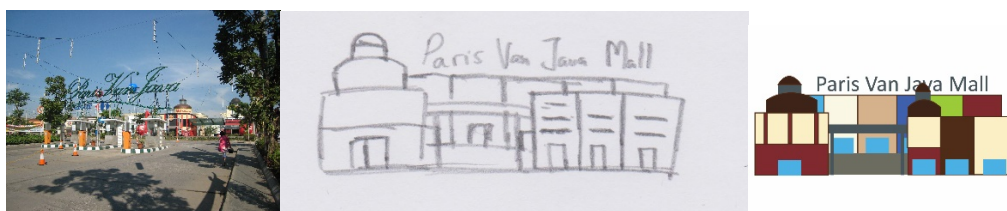
Teras Cihampelas merupakan tempat wisata yang dilewati oleh Bus Bandros. Untuk ilustrasi yang digunakan, ikon yang dibuat merupakan Teras Cihampelas jika dilihat dari samping. Sesuai referensi yang ada, ditambahkan juga tempat-tempat berdagang disebelah sementara ikon mobil mobil lewat dibawahnya.



Gambar III.23 Ikon Teras Cihampelas  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Paris Van Java

Paris Van Java merupakan sebuah pusat perbelanjaan di Kota Bandung yang cukup terkenal. Maka dari itu untuk mewakili sebuah pusat perbelanjaan, ikon yang dibuat merupakan sebuah tas belanja yang terbuat dari kanvas serta ditambahkan tulisan Paris Van Java



Gambar III.24 Ikon Paris Van Java  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- China Town Bandung

China Town yang menjadi destinasi wisata ini dibuat semirip mungkin dengan bentuk aslinya serta penggunaan warna yang mirip.



Gambar III.25 Ikon China Town Bandung  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Monumen Bandung Lautan Api

Monumen Bandung Lautan Api ini merupakan salah satu tempat bersejarah yang ada di Kota Bandung. Ikon yang dibuat tetap mengacu pada referensi foto yang telah diambil, dengan memiliki bentuk khas yaitu sebuah obor api.



Gambar III.26 Ikon Monumen Bandung Lautan Api  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Tugu Sepatu Cibaduyut

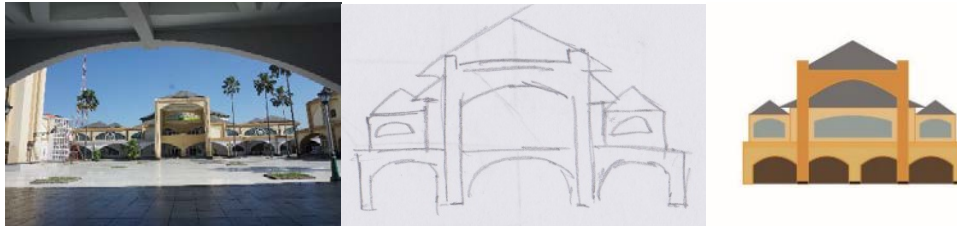
Tugu Sepatu Cibaduyut merupakan tempat yang dilewati oleh Bbus Bandros. Pembuatan ikon tugu ini sesuai dengan referensi gambar maupun gaya visual yang telah ada.



Gambar III.27 Ikon Tugu Sepatu Cibaduyut  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- PUSDAI

Ikon PUSDAI ini mengambil bentuk tengah dari bangunan tersebut, sesuai dengan referensi yang ada. Dengan mempertahankan bentuk segitiga pada atapnya. Tempat ini merupakan salah satu tempat yang dilewati oleh bus Bandros.



Gambar III.28 Ikon PUSDAI  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Arcamanik Sport Jabar

Ikon Arcamanik Sport Jabar ini dibuat mirip dengan referensi yang ada, bentuk tempurung kura-kura ditambah warna yang mirip diharapkan audiens mudah mengenali tempat tersebut.



Gambar III.29 Ikon Arcamanik Sport Jabar  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Terminal Antapani

Terminal Antapani sebagai halte tempat menaiki bus Bandros dibuat menyerupai terminal-terminal yang ada di Kota Bandung, dengan bentuk atap yang familiar untuk sebuah terminal di Kota Bandung, ditambah dengan tulisan Terminal Antapani serta bentuk kendaraan bis berwarna merah ditengahnya diharpkan target audiens akan mudah mengenalinya.

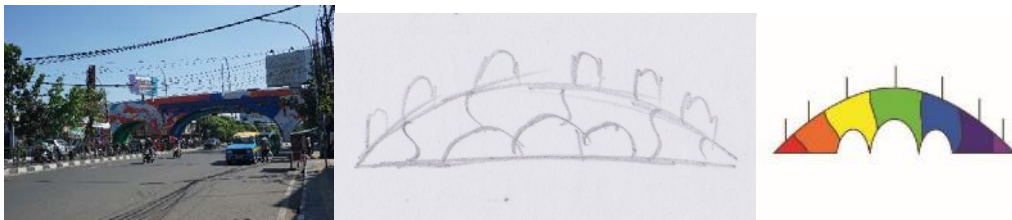
Referensi yang digunakan ada dua yaitu gambar terminal antapani, serta terminal lain di Kota Bandung.



Gambar III.30 Ikon Terminal Antapani  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 16/07/2019)

- Jembatan Pelangi

Jembatan Pelangi merupakan salah satu tempat unik yang dilewati oleh bus Bandros. Bentuknya menyesuaikan dengan referensi yaitu sebuah jembatan yang dibawahnya terdapat tiga terowongan pendek untuk kendaraan dibawahnya menyebrang. Warna yang dipakai pada ikon Jembatan Pelangi disesuaikan warna serta urutannya seperti pelangi



Gambar III.31 Ikon Jembatan Pelangi  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 16/07/2019)

- Pohon

Ikon pohon yang dibuat berdasarkan salah satu jenis pohon yang sering ditanam di Kota Bandung yaitu pohon damar.





Gambar III.32 Ikon Pohon  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Kupu-Kupu

Kupu-kupu disini digunakan sebagai pendukung tema yang digunakan, dengan konsep pulau langit yang ditumbuhi bunga dan pepohonan tentu akan ada kupu-kupu jika ada bunga. Ikon kupu-kupu disini mengacu pada referensi yang ada yaitu Kupu-kupu Raja yang merupakan hewan khas pulau Jawa, tempat dimana Kota Bandung berada.



Gambar III.33 Ikon Kupu - Kupu  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Bunga

Pemilihan tema dengan bunga-bunga ini tidak terlepas dari julukan Kota Bandung itu sendiri. Ikon bunga yang dipakai pada perancangan *infotainment map* ini sesuai dengan referensi yang ada yaitu bunga Patrakomala yang merupakan bunga khas dari Kota Bandung itu sendiri.



Gambar III.34 Ikon Bunga  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 16/07/2019)

- Awan

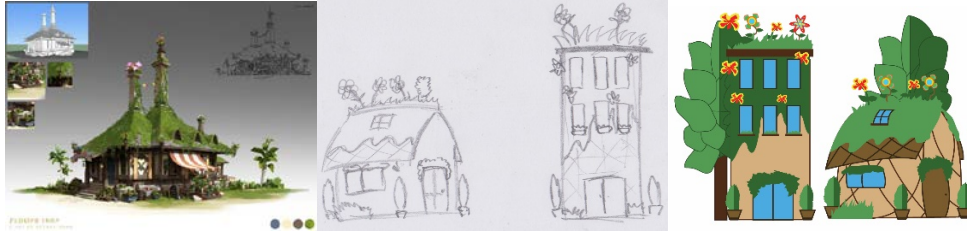
Ilustrasi awan disini digunakan untuk mendukung tema pulau langit. Bentuk awan yang dibuat juga berdasarkan referensi gambar yang ada.



Gambar III.35 Ikon Awan  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 16/07/2019)

- Rumah

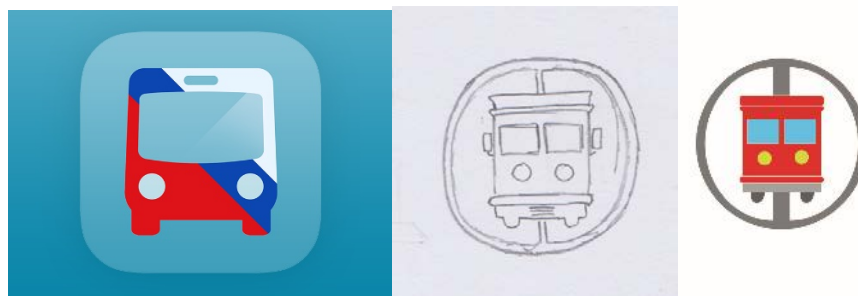
Ikon rumah serta Gedung digunakan untuk memperlihatkan kawasan bandung yang memiliki daerah perkantoran atau yang memiliki gedung-gedung tinggi, serta daerah pemukiman. Ikon rumah yang dibuat mengikuti referensi yang dipilih, yaitu bentuk dasar rumah dengan atap yang ditumbuhi bunga-bunga maupun rumput. Pemilihan ilustrasi tersebut dirasa tepat dengan tema yang digunakan yaitu pulau langit yang ditumbuhi bunga dan pepohonan.



Gambar III.36 Ikon Rumah dan Gedung  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

- Halte

Ikon halte ini berfungsi untuk memberitahu tempat menaiki bus Bandros. Bentuk yang dibuat mengacu pada referensi yang ada namun bentuknya dirubah menjadi sebuah lingkaran dan ditengahnya terdapat sebuah bus Bandros berwarna merah. Penggunaan bus Bandros berwarna merah dikarenakan bus Bandros berwarna merah ini merupakan bus Bandros pertama yang hadir di Kota Bandung.



Gambar III.37 Ikon Pemberhentian Bus  
 Sumber: Pribadi  
 (Diakses pada 16/07/2019)

### III.3.5 Warna

Warna merupakan sifat cahaya yang diuraikan sebagai warna pelangi, serta sangat berpengaruh untuk sebuah karya yang berfungsi untuk menyatakan ekspresi, ruang, gerak, maupun jarak. (Wibowo, 2013, h.148). Warna yang dipakai pada perancangan ini menggunakan warna-warna cerah dan disesuaikan dengan warna asli dari objek referensi, seperti warna bangunan akan dibuat semirip mungkin sehingga, target audiens akan lebih mudah mengenali bangunan tersebut. Penggunaan warna-warna yang mencolok juga berfungsi untuk menarik perhatian

target audiens. Warna hijau yang dominan untuk bentuk pulau diambil dari lingkungan kota Bandung yang memiliki banyak pohon dan memiliki udara sejuk. Menurut Wibowo (2013, h.162), warna hijau juga memiliki arti seperti alami, sehat, serta pembaharuan. Berikut merupakan warna-warna yang digunakan dalam perancangan *infotainment map*.

#FFFFFF	#C6D6E9	#F6E8D4	#CABA40	#E7364E	#6ABD45	#F1E91B
C:0% R:255 M:0% G:255 Y:0% K:0%	C:20.37% R:199 G:255 M:9.36% Y:1.74% K:0%	C:2.26% R:247 M:7.43% Y:15.64% K:0%	C:18.81% R:203 M:48.04% Y:86.3% K:2.27%	C:2.69% R:232 M:93.27% G:54 B:79 Y:95.52% K:0%	C:62.21% R:107 M:0% G:189 Y:99.45% K:0%	C:8.63% R:242 G:234 M:0% Y:96.14% B:27 K:0%
#F4F8FC	#5FCAEB	#D8C6AF	#F79621	#EB2326	#61BB46	#F1E437
C:2.69% R:245 M:0.89% G:248 Y:0% K:0%	C:54.9% R:95 M:0% G:203 Y:4.31% B:235 K:0%	C:14.88% R:217 M:19.21% Y:25.03% B:176 K:0%	C:0.11% R:247 M:48.42% Y:97.79% B:34 K:0%	C:0.47% R:236 M:98.59% G:35 Y:97.5% B:39 K:0.09%	C:65.1% R:98 M:0% G:187 Y:100% B:70 K:0%	C:7.67% R:242 G:229 M:2.26% Y:89.34% B:56 K:0%
#DBDBDA	#4CABE0	#EEDCC0	#F47E1F	#E5232D	#559A55	#FCE000
C:12.72% R:220 M:9.72% G:219 Y:10.24% K:0%	C:63.53% R:77 M:16.47% G:172 Y:96.14% K:0%	C:5.58% R:239 M:11.2% G:221 Y:25.03% B:192 K:0%	C:0% R:245 M:61.72% G:127 Y:100% K:0%	C:2.98% R:230 M:98.75% G:35 Y:91.67% B:46 K:0.2%	C:70.58% R:86 M:18.06% G:155 Y:86.11% B:85 K:3.04%	C:2.73% R:252 G:225 M:6.37% Y:99.07% B:0 K:0%
#C2C2C1	#345396	#D5B07E	#E46124	#851F24	#326632	#362918
C:23.89% R:194 M:18.22% G:195 Y:19.65% K:0%	C:90.03% R:52 M:75.54% G:183 Y:10.39% K:1.09%	C:16.76% R:213 M:30.03% G:176 Y:55.32% K:0.03%	C:5.1% R:229 M:76.08% G:97 Y:100% K:0.39%	C:19.22% R:181 M:100% G:32 Y:100% K:11.76%	C:80.57% R:50 M:36.05% G:103 Y:100% K:28.13%	C:56.69% R:55 M:64.35% G:41 Y:80.65% B:24 K:68.5%
#889894	#3853A3	#B49579	#EC6647	#8E1920	#EE3824	#0D0E10
C:49.53% R:136 M:31.59% G:153 Y:38.99% K:1.52%	C:88.3% R:57 M:76.34% G:84 Y:0.36% K:0%	C:29.54% R:180 M:39.18% G:150 Y:53.55% B:122 K:2.1%	C:1.77% R:237 M:74.18% G:103 Y:76.67% K:0.05%	C:27.53% R:142 G:26 M:99.97% Y:93.97% B:33 K:28.69%	C:0% R:239 M:92.94% Y:98.82% B:37 K:0%	C:75.27% R:13 G:14 M:64.35% G:41 Y:64.66% B:16 K:83.95%

Gambar III.38 Warna 1  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 15/07/2019)

#7C7C7C	#1D2D57	#9C8E6B	#4C381E	#3E413F
C:52.85% R:125 M:44.31% G:125 Y:44.25% K:9.06%	C:98.83% R:29 M:89.15% G:45 Y:36.8% B:88 K:30.59%	C:38.71% R:157 M:37.29% G:143 Y:62.37% K:6.02%	C:50.76% R:76 M:62.96% G:56 Y:86.15% B:30 K:55.85%	C:68.55% R:62 M:58.96% G:65 Y:61.41% B:63 K:47.16%
#676769	#4B2D7D	#6E593F	#44E2C19	
C:59.78% R:103 M:51.48% G:104 Y:49.03% K:18.85%	C:87.73% R:75 M:100% G:45 Y:14.86% B:126 K:3.59%	C:47.33% R:111 M:54.94% G:90 Y:74.99% B:64 K:31.39%	C:44.48% R:79 M:72.47% G:45 Y:84.51% B:25 K:59.61%	
#575B58	#80459A	#795B2E	#3B3733	
C:63.75% R:88 M:52.88% G:91 Y:56.11% K:28.27%	C:58.72% R:128 M:86.61% G:70 Y:0.4% B:154 K:0.02%	C:42.17% R:121 M:55.9% G:91 Y:89.82% K:29.62%	C:64.85% R:59 M:61.67% G:55 Y:65.02% B:51 K:55.87%	

Gambar III.39 Warna 2  
Sumber: Pribadi  
(Diakses pada 15/07/2019)

