

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

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

Khalayak sasaran yaitu memilih salah satu segmen konsumen yang menjadi fokus kegiatan pemasaran (Morissan, 2010, h.56). Dalam proses perancangan media informasi dalam bentuk media infografis ini khalayak sasaran sangat berperan penting untuk mengetahui siapa saja yang akan menjadi target sasaran dan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan tepat

#### **III.1.1 Demografis**

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Usia : 30-40 tahun

Pendidikan : SD, SMP, SMA

Kelas social : Menengah ke bawah.

Pekerjaan : Wiraswasta, Pekerja ibu rumah tangga

Pemilihan demografis dengan spesifikasi diatas yaitu dengan alasan karena sesuai dengan identifikasi masalah yaitu para pengunjung terutama yang berusia 30 - 40 tahun tidak mengetahui informasi tentang tata letak fasilitas di pemandian air panas Cibolang.

#### **III.1.2 Geografis**

Khalayak sasaran yang dipilih berdasarkan geografi yaitu usia dewasa, seperti pengunjung yang tinggal di Desa. Sebagian besar khalayak tinggal di daerah pedesaan, dan pegunungan karena daerah pegunungan menjadi salah satu masalah dengan kurangnya pengetahuan media informasi. Hal ini dipilih berdasarkan hasil pengamatan para pengunjung yang sering mengunjungi tempat wisata dengan banyak fasilitasnya, dan pasti membutuhkan sistem tanda sehingga media informasi sangat dibutuhkan, informasi yang diberikan harus bisa lebih mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

### **III.1.3 Psikografis**

Berdasarkan pernyataan tersebut maka khalayak sasaran secara psikografis yaitu dengan status berkeluarga. Menurut data yang didapatkan setiap keluarga pasti memiliki kepribadian yang aktif, penyayang keluarga dengan gaya hidup yang senang bersosialisasi dan selalu mencari hal yang baru. Hal ini merupakan salah satunya faktor penyebab dimana khalayak sasaran secara langsung tidak mengetahui adanya sistem tanda.

### **III.1.4 Consumer *Insight***

*Consumer insight* adalah proses mencari tahu latar belakang, perilaku, dan pemikiran khalayak yang berhubungan dengan media yang akan dibuat (Amalia, 2009, hal.25-26). Perancangan media informasi di wahana wisata Cibolang ini ditargetkan untuk para pekerja ibu rumah tangga dan wiraswasta.

Berdasarkan data yang didapat dilapangan, maka diketahui *consumer insight* khalayak sasaran sebagai berikut:

- Membutuhkan sebuah petunjuk untuk mengurangi terjadinya komunikasi kepada pihak pengelola apabila pihak pengelola tidak ada.
- Membutuhkan sebuah informasi yang jelas, berguna untuk mengurangi pengetahuan pengunjung tentang tata letak fasilitas.

### **III.1.5 Consumer *Journey***

*Consumer Journey* merupakan data yang didapatkan dari pengunjung mengenai aktivitas kesehariannya. Data berikut diambil dari salah seorang pekerja wiraswasta yang tinggal di Desa, yang setiap harinya bekerja sebagai operator perusahaan di Kabupaten Bandung. Berikut rincian aktivitas kesehariannya :

Tabel III.1 Consumer *journey*

Sumber : data pribadi 22 November 2018

<b>Waktu</b>	<b>Aktifitas</b>	<b>Tempat</b>
04.30 - 05.00	Mandi & shalat subuh	Kamar
05.00 - 05.15	Sarapan	Meja makan
05.15 - 05.30	Bersiap kerja	Kamar
05.30 – 06.30	Berangkat kerja menggunakan kendaraan pribadi	Jalan raya
07.00	Sampai ditempat kerja	Area Parkir
07.00 - 07.15	Berkumpul dengan teman	Kantin
07.15 - 07.30	Menuju tempat kerja	Jalan area Pabrik
07.30 – 11.00	Bekerja	Gedung Pabrik
11.00 – 11.45	Istirahat, makan siang	Kantin
11.45 – 12.00	Shalat Dzuhur	Mushola Pabrik
12.00 – 14.00	Masuk kerja	Gedung Pabrik
14.00	Bersiap pulang	Area Parkir
14.00 – 15.00	Perjalanan pulang menggunakan kendaraan pribadi	Jalan raya
15.00	Sampai rumah	rumah
15.00 – 15.15	Istirahat	rumah
15.30	Mandi	Kamar Mandi
15.45	Shalat Ashar	kamar
16.00	Mengajak anak bermain	Halaman rumah
17.00	Menonton Televisi	Ruang tv
17.45	Shalat Magrib	kamar
18.00-18.30	Makan malam	Meja makan
19.15	Shalat Isya	Kamar
19.30 – 21.00	Menonton Televisi	Ruang tv
21.10 – 04.00	Istirahat (Tidur)	Kamar

Berdasarkan paparan mengenai *consumer journey* disamping maka diperlukan media yang mampu menyampaikan pesan sesuai *point of contact*. Pada aktivitas dalam tabel tersebut dapat di ambil kesimpulan mengenai waktu perjalanan menuju tempat kerja dan aktivitas di rumah yang sering dilakukan oleh khalayak sasaran maka dengan itu diperlukan media yang dapat mencakup untuk mngetahui informasi. Media utama pun akan disebarluaskan melalui salah satu sosial media yaitu Instagram karena Instagram merupakan media yang sedang ramai oleh masyarakat.

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

Strategi perancangan sangat penting untuk menghasilkan alur yang jelas untuk terciptanya sebuah konsep yang tertata. Strategi Perancangan yang digunakan yaitu media informasi berupa Sistem Tanda. Media dapat digunakan dengan mengarahkan sebuah pesan dan pengirim pesan kepada penerima pesan, agar dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan perhatian sesuai dengan yang diharapkan (Sadiman, 2002, h.6).

Adapun tujuan dari media informasi area fasilitas yang dimiliki wahana wisata Cibolang adalah untuk memberikan sebuah informasi agar pengunjung dapat mengetahui area tata letak fasilitas yang ada di wahana Cibolang, Informasi yang dilakukan yaitu berupa infografis dengan membuat sebuah media informasi yang didalamnya terdapat area-area dan tata letak fasilitas yang menarik perhatian dan mengarahkan pengunjung untuk mencari tahu lebih dalam tentang sistem tanda tersebut.

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

Adapun beberapa tujuan komunikasi antara lain yaitu tercapainya perubahan sikap, perubahan prilaku, perubahan pendapat, perubahan sosial, jika komunikasi berjalan dengan baik maka keempat sikap tersebut akan tercapai (Effendy, 2007, hal.8). Oleh karena itu agar dapat berpikir efektif, maka harus dibangun kesadaran untuk memperkenalkan tata letak fasilitas di wahana wisata Cibolang dalam bentuk media informasi.

- Pendekatan Verbal

Komunikasi yang menggunakan kalimat, baik itu secara lisan maupun tulisan. Pendekatan verbal sangat dipakai dalam komunikasi sesama manusia, untuk menunjukkan perasaan, emosi, pemikiran, fakta, data, dan informasi (faisal wibowo 2010). Pendekatan verbal dilakukan agar pesan yang akan disampaikan tepat pada sasaran, maka Bahasa yang akan digunakan adalah Bahasa Indonesia formal dan informal yang dipadukan. Karena pengunjung yang datang ke Cibolang berasal dari berbagai daerah, sehingga pendekatan verbal menggunakan Bahasa Indonesia akan dapat mudah dipahami dan dimengerti oleh pengunjung.

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual yaitu proses penyampaian pesan kepada penerima pesan dengan menggunakan media gambar atau visual. Agar informasi yang akan disampaikan lebih mudah dimengerti dan dapat dipahami. Maka penggunaan ilustrasi akan digunakan dalam penyampaian pesan, lalu dilengkapi dengan unsur visual, keterangan serta tambahan *super graphic* dari salah satu identitas. Pendekatan ini pun secara tidak langsung akan memainkan daya ingatan pengunjung dan merubah sikap serta penilaian pada pembuatan media informasi yang dilakukan. Adapun beberapa referensi visual sebagai bahan studi visual antara lain adalah :



Gambar III.1 Referensi system tanda

Sumber : <https://i.pinimg.com/originals/cdd2524b74bc0237c17091a85658dfb4.jpg>

(Diakses pada 06 desember 2018)

### III.2.3 *Mandatory*

*Mandatory* yaitu orang atau pemerintah yang mendapatkan amanat, pemangku amanat. Berikut *mandatory* wahana wisata Cibolang :



Gambar III.2 PERHUTANI

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

Perhutani sebagai pemberi perintah yang diamanatkan kepada seseorang atau lembaga. Maka di dalam perancangan informasi sistem tanda (petunjuk arah) didapatkan *Mandatory* dari pengelola wahana wisata Cibolang untuk memberikan informasi terhadap khalayak sasaran berupa sistem tanda (petunjuk arah).

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

Materi yang disampaikan dalam membuat media informasi di wana wisata Cibolang adalah pengetahuan informasi tentang tata letak fasilitas-fasilitas yang ada di Cibolang dengan membuat gambar visual dan gambar ilustrasi yang menarik. Visual yang ditampilkan yaitu sistem tanda (petunjuk arah) yang dibuat dengan cara *trashing* (vector) dengan ditambahkan unsur visual yang ada di identitas logonya, sistem tanda ini berbentuk plat desain yang menarik perhatian untuk dilihat para pengunjung wahana wisata Cibolang.

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

Berdasarkan penjelasan pada perancangan komunikasi secara verbal, gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan media ini menggunakan gaya bahasa deskriptif, yaitu menjelaskan secara jelas mengenai suatu pembahasan atau gambaran. Gaya bahasa deskriptif digunakan dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan dalam perancangan media merupakan informasi yang mendeskripsikan suatu objek agar khalayak dapat mudah memahami.

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

Media informasi dibuat semenarik mungkin yang mengacu pada pendekatan yang sudah dilakukan terhadap khalayak sasaran, dimana kebanyakan khalayak sasaran memiliki umur dewasa akhir. Strategi kreatif dilakukan dengan penggunaan ilustrasi dan komposisi warna yang disukai usia dewasa. Ilustrasi yang digunakan berupa gambar dalam bentuk *vector* yang mempunyai ciri khas dari identitas logo Cibolang. Warna yang digunakan yaitu warna yang sesuai khalayak dengan tema yang diambil dari identitas logo Cibolang.

Warna yang terang, warna yang dapat mata menjadi nyaman berupa warna utama akan dijadikan untuk warna dari perancangan sistem tanda, dan sesuai karakter khalayak sasaran. Selain itu penggunaan bahasa Indonesia yang tidak baku memiliki tujuan agar informasi yang disampaikan selalu diingat oleh semua kalangan.

### III.2.7 Strategi Media

Media yang dibuat berisikan informasi mengenai petunjuk arah tentang tata letak fasilitas di wahana wisata Cibolang, mulai dari unsur visual yang diaplikasikan dari identitas logo Cibolang. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka media yang nantinya dibuat merupakan sistem tanda, Sistem tanda dipilih karena dirasa sangat dibutuhkan untuk menyajikan suatu informasi, dimana mengingat pengetahuan pengunjung terhadap media informasi tentang tata letak fasilitas sangatlah kurang. Sistem tanda yang akan dibuat merupakan bentuk yang dirancang dengan memiliki bentuk visual sebagaimana identitas Cibolang mempunyai ciri khas tersendiri. Sistem tanda ini diterapkan dilokasi terbuka, dimana objek utama menggunakan bahan material seperti pipa besi ringan, plat besi ringan, dan cat besi. Maka material yang akan dibuat harus kuat terhadap cuaca.

#### III.2.7.1 Sistem Tanda

Sistem tanda adalah rangkaian representasi visual dan simbol grafik yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik (Beynon Davies P : 2010. h. 185-198). Dalam pengertian lainnya, sistem tanda juga sebagai petunjuk bagi mereka yang membutuhkannya. Dalam perancangan sistem tanda ini terdiri dari *identification, direction, regulation*.

1. Tanda petunjuk arah (*direction*)

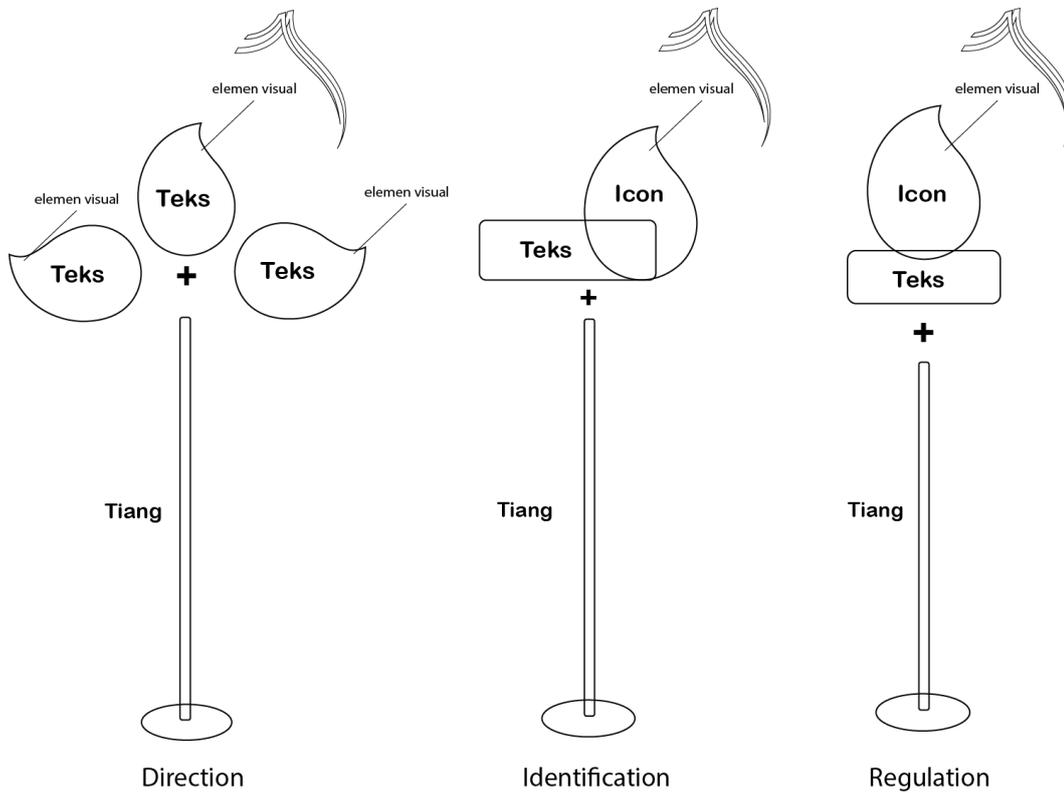
Ilustrasi ini diambil dari ciri khas di wilayah perkebunan teh malabar, Cibolang. Karena dengan bentuk ini terlihat sederhana dan memiliki ciri dari Cibolang itu sendiri.

2. Tanda Pengenal (*identification*)

Bentuk dasar ini sama dengan *direction*, yang digabungkan dengan bentuk seperti halnya petunjuk arah yang ditetapkan. Bentuk ini pengaplikasiannya menggunakan alat penyangga, karena akses jalan pengunjung dengan lokasi fasilitas berdekatan sehingga dapat langsung ditemukan.

3. Tanda larangan, himbauan, peringatan (*regulation*)

Bentuk yang diambil memiliki ciri khas dari Cibolang itu sendiri, dengan menggabungkan background untuk disetiap himbauan, aturan, larangan dengan penjelasannya



Gambar III.3 Ilustrasi Sitem tanda

Sumber : Data pribadi (20/12/2018)

### III.2.7.2 Media Utama

Media yang digunakan adalah sebagai bentuk visual yang menyampaikan informasi melalui bagan, grafis, jadwal dan lainnya agar data, gagasan, pengetahuan dapat disajikan lebih dari sekedar teks dan memiliki dampak visual yang cukup kuat dan lebih menarik (Kurniasih, 2016). Berdasarkan informasi yang akan disampaikan, media utama dalam perancangan sistem tanda ini ada 3 jenis yaitu *direction* (petunjuk arah), *Identification* (tanda pengenal) dan *regulation* (larangan, perintah, aturan). Sistem tanda yang dibuat akan menjadi sebuah informasi bagi pengunjung mengenai tata letak fasilitas di area Cibolang. Media tersebut akan menarik perhatian bagi khalayak sasaran, karena didalam

sistem tanda memuat berbagai bentuk gambar yang diambil dari identitas logo Cibolang, warna dan tipografi yang sesuai dengan khalayak sasaran.

### **III.2.7.3 Media Pendukung**

Ada beberapa media pendukung yang bertujuan untuk menunjang media utama, media pendukung tersebut diantaranya:

- **Infografis**

Bentuk visual data yang ada pada infografis ini yaitu gambaran dari seluruh area dan fasilitas-fasilitas yang ada di wahan Cibolang, dapat memberikan informasi secara kompleks kepada pengunjung agar dapat dipahami dengan mudah.

- ***X-Banner***

Media yang digunakan sebagai sarana informasi tentang wahana wisata Cibolang beserta fasilitasnya, Media ini akan ditempatkan pada area sebelum pintu penukaran tiket.

- **Brosur**

Brosur sebagai sarana informasi ketika pengunjung masuk ke area Cibolang, karna konten didalamnya terdapat infografis sehingga dapat memudahkan pengunjung untuk mencari fasilitas-fasilitas yang ada di Cibolang.

- ***T-Shirt***

Sebagai media penunjang, kaos dalam ini diperlukan untuk pengunjung yang hendak ingin memakai untuk berenang dan membelinya di tempat penjualan kaos yang disediakan oleh pihak Cibolang, selain itu juga kaos ini bisa menjadi salah satu media promosi.

- **Celana Pendek**  
Celana dalam ini sangat dibutuhkan pengunjung yang mendadak dan tidak membawa pengganti pakaian saat berenang.
  
- **Gelas**  
Gelas yang diperlukan untuk para pengunjung yang suka minum kopi, memang gelas ini sangat diperlukan karena dilokasi pemandian air panas Cibolang bercuaca sangat dingin.
  
- **Tote Bag**  
Tote bag ini yang sering digunakan apabila para pengunjung membeli suatu barang atau pakaian dan digunakan sebagai tempat pakaian bekas berenang, juga bisa digunakan sebagai tempat bahan lainnya.
  
- **Jam dinding**  
Jam ini selalu ada disetiap ruangan dan diposisikan di tempat-tempat yang sering dikunjungi oleh para pengunjung Cibolang seperti, penginapan, bale semar, bale ngagogo dan tempat beristirahat para pengunjung.
  
- **Handuk**  
Handuk merupakan kain yang selalu berhubungan dengan kegiatan yang melibatkan air, oleh karena itu handuk digunakan sebagai *merchandise* agar tempat wisata Cibolang selalu diingat oleh orang yang menggunakan handuk tersebut.
  
- **Stiker**  
Stiker ini akan diberikan secara gratis sebagai souvenir yang mengunjungi wahana wisata Cibolang, stiker ini ditempatkan pada kendaraan pengunjung yang baru mengunjungi wahana wisata Cibolang sebagai tanda atau sebuah pesan kepada masyarakat.

- **Pin**  
Pin yang sering dipakai oleh banyak orang sebagai hiasan, karena media ini awet, dan pasti sangat digemari oleh masyarakat sebagai pelengkap. Bagi yang memakai PIN ini secara tidak sadar akan menjadi mediator serta mempromosikan tempat wisata Cibolang ini.
- **Tumbler**  
*Tumbler* adalah salah satu langkah yang bisa dilakukan ketika pengunjung membutuhkan tidak perlu pergi dan mencari air minum kemasan, cukup minum dari tumbler yang dibawa dan akan lebih praktis.
- **Gantungan Kunci**  
Gantungan kunci ini diberikan sebagai *merchandise*, gantungan kunci memiliki fungsi sebagai barang untuk menjadikan tempat wisata Cibolang dikenali banyak orang.

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

Agar khalayak sasaran dapat menerima informasi dengan mudah, maka dilakukan strategi distribusi atau penyebaran dan waktu penyebaran media. Media utama akan ditempatkan di jalur utama sesudah pintu masuk menuju tempat yang ingin dituju oleh para pengunjung Cibolang.

Tabel III.2 Strategi distribusi dan waktu penyebaran media

Sumber : data pribadi 22 November 2018

Media	Juli				Agustus				September				Oktober				November			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Media Utama</b>																				
Sign System																				
<b>Media Pendukung</b>																				
Infografis																				
Brosur																				
X Banner																				
Tshirt																				
Celana Pendek																				
Gelas																				
Tote Bag																				
Jam Dinding																				
Handuk																				
Stiker																				
Pin																				
Tumblr																				
Gantungan Kunci																				

Media sistem tanda memiliki waktu penyebaran di awal tahun sampai ke akhir tahun, karena penyebaran media sistem tanda sangat diperlukan setiap pengunjung yang mendatangi wahana wisata Cibolang.

Infografis memiliki waktu yang sama dengan media utama, karena penyebaran infografis sangat diperlukan setiap pengunjung yang mendatangi Cibolang.

Sebagian Media pendukung memiliki waktu penyebaran apabila ada *event* tertentu, dan sebagian media pendukung berupa *merchandise* memiliki waktu penyebaran setiap bulan, bagaimana media itu ada dan layak untuk disebar.

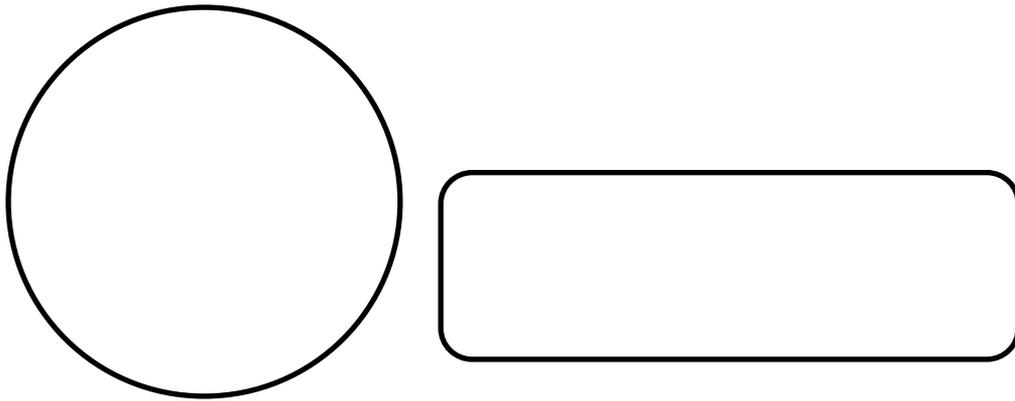
### **III.3 Konsep Visual**

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

Konsep visual pada media utama dibuat dengan tema tujuan memberikan pengetahuan tentang tata letak fasilitas kepada para pengunjung. Pesan yang disampaikan ini berupa pesan persuasif yang ditujukan kepada khalayak sasaran khususnya pada usia 30-40 tahun agar pengetahuan terhadap sistem tanda dapat dilihat dengan baik.

Media informasi berupa sistem tanda memiliki bentuk serta material yang digunakan harus aman, nyaman, dan ringan. Elemen visual dari bentuk media perancangan system tanda ini mempunyai bentuk bulat sebagai elemen dasar yang dapat menampilkan kesan sederhana dan memiliki bentuk dari sebuah identitas Cibolang itu sendiri.

Bentuk bulat yang dipilih adalah ciri khas di wilayah perkebunan the Malabar, Cibolang yang nantinya akan dirubah seperti bentuk daun. Bentuk dasar kotak dipilih karena sistem tanda pada umumnya memiliki bentuk dasar plat atau kotak.



Gambar III.4 Elemen bentuk dasar

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

### III.3.2 Tata Letak

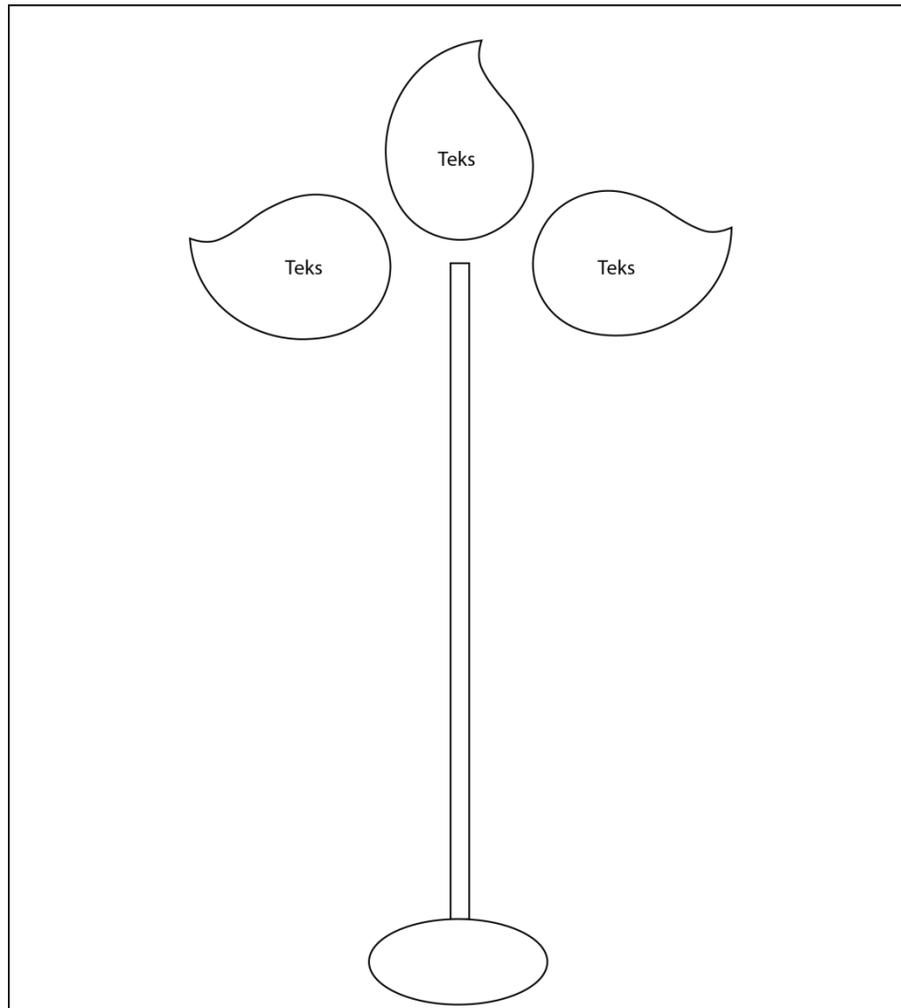
Tata letak adalah susunan unsur-unsur tertentu seperti garis, ilustrasi, tulisan, warna yang disusun menjadi sebuah media komunikasi yang menarik dan pesan yang disampaikan pun dapat diterima dengan baik oleh *target audiens* (hendratman, 2015, h.197).

*Layout* yang akan digunakan yaitu melihat dari depan ke samping kanan dan maupun sebaliknya dari samping kanan menuju samping kiri karena ini diletakan dipersimpangan jalan menuju fasilitas-fasilitas, dan yang diinginkan mampu membantu wisatawan dalam melihat sebuah informasi secara cepat dan mudah dalam memahami sistem tanda tersebut. Pembuatan ikon yang mampu menarik perhatian para pengunjung sistem tanda yang akan dibuat serta pemberian arah petunjuk dari suatu informasi yang akan diberikan tidak lagi mengalami kesusahan dalam mencari fasilitas di area Cibolang.

Berikut *layout* sistem tanda yang akan digunakan :

- *Direction* ( Petunjuk Arah )

*Layout* ini diambil dari ciri khas di wilayah perkebunan teh malabar, Cibolang. Karena dengan bentuk ini terlihat sederhana dan memiliki ciri dari Cibolang itu sendiri.

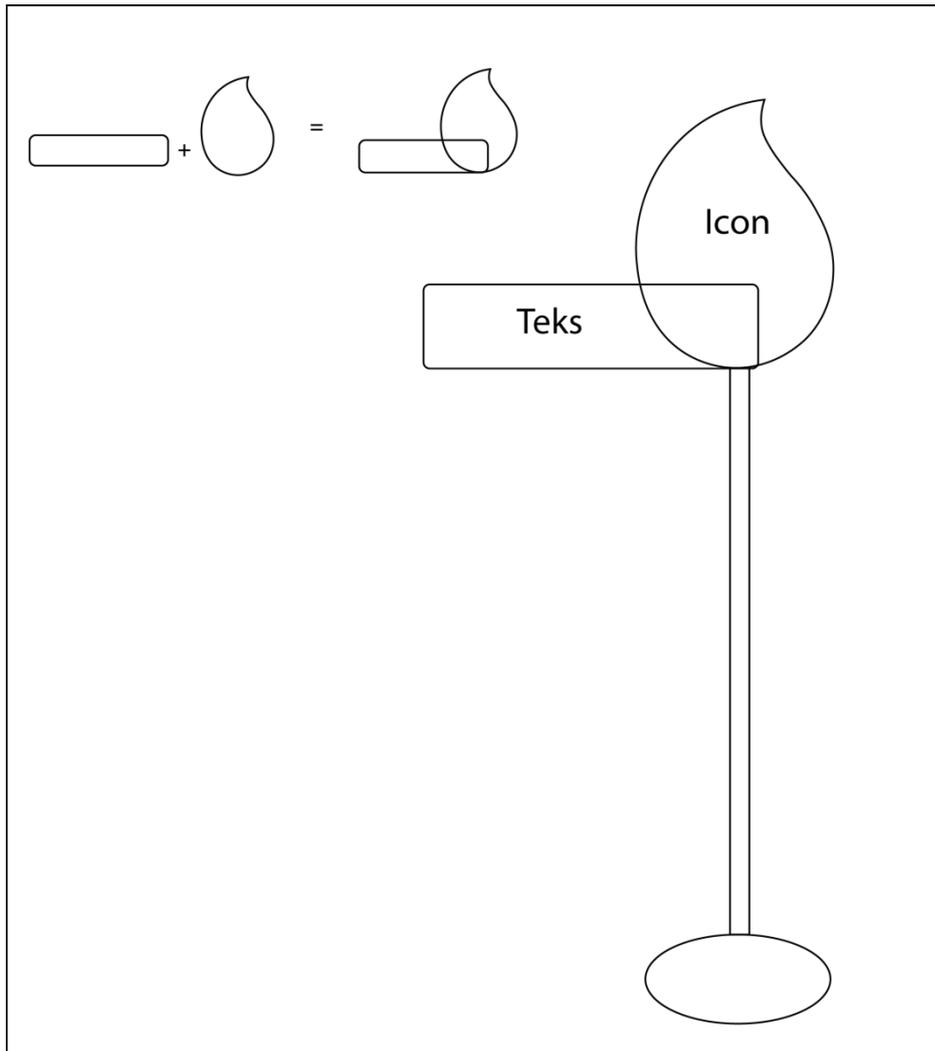


Gambar III.5 *layout* sistem tanda *direction*

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

- *Identification* ( Tanda Pengenal )

*Layout* ini sama dengan *direction*, yang digabungkan dengan bentuk seperti halnya petunjuk arah yang ditetapkan. Bentuk ini pengaplikasiannya menggunakan alat penyangga, karena akses jalan pengujung dengan lokasi fasilitas berdekatan sehingga dapat langsung ditemukan.

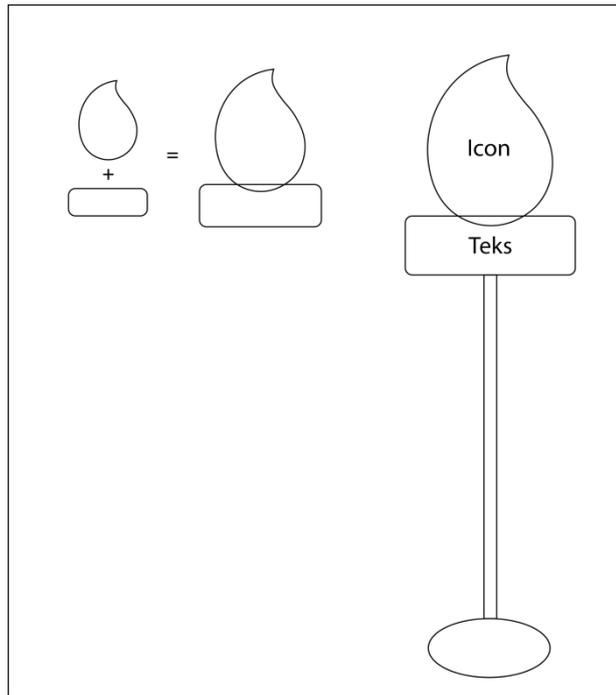


Gambar III.6 *layout* sistem tanda *identification*

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

- *Regulation* ( Tanda larangan, himbauan, peringatan )

*Layout* yang diambil memiliki ciri khas dari Cibolang itu sendiri, dengan menggabungkan background untuk disetiap *text* himbauan, aturan, larangan dengan penjelasannya

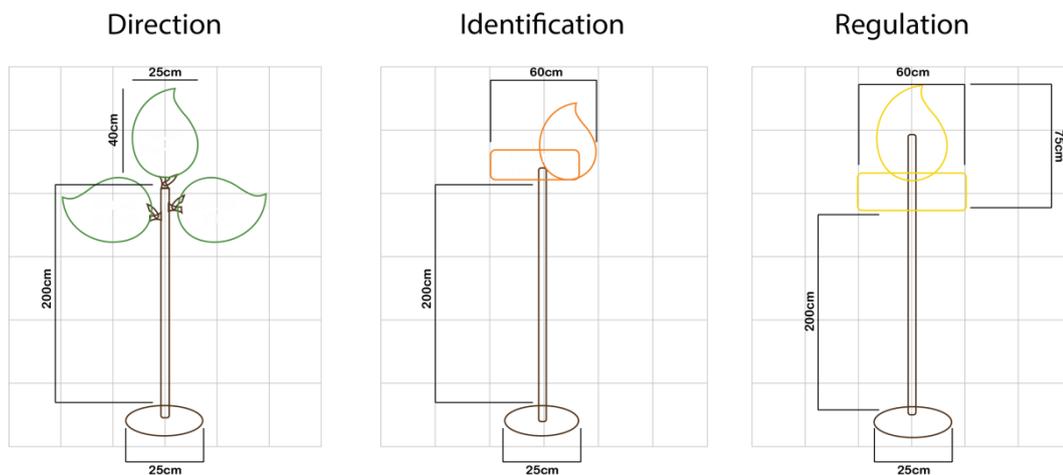


Gambar III.7 *layout sistem tanda regulation*

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

- **Grid System**

*Grid System* (Sistem garida) struktur dua dimensi yang terdiri dari sumbu horisontal dan sumbu vertikal sehingga akan tersusun kolom dan baris. Sistem garida pada awalnya digunakan dalam dunia percetakan (Mardi anto, 2016)

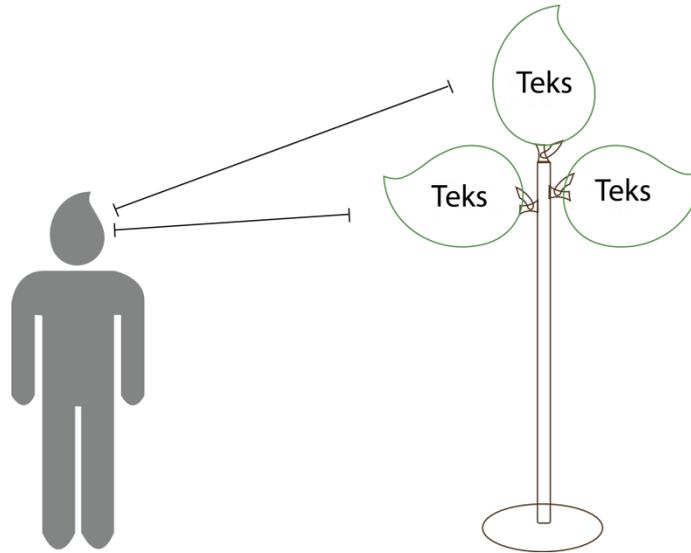


Gambar III.8 *Grid system*

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

- **Jarak Keterbacaan**

Jarak pandang ideal adalah 10 meter, namun dari jarak lebih dari 10 meter masih terlihat bentuk dari sistem tanda dan tidak terlihat jelas tipografinya. Tapi lebih jelas dengan berjarak 10 meter terlihat jelas, karena rata rata khalayak sasaran memiliki mata yang kurang jelas.



Gambar III.9 Jarak keterbacaan

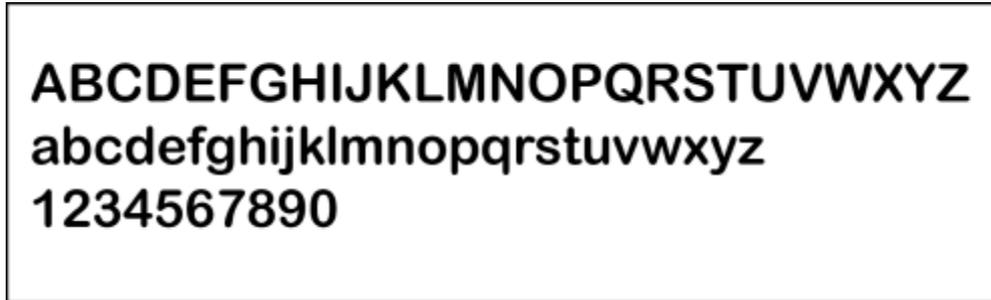
Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

### III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang penataan sebuah huruf yang dapat menghasilkan kesan tersendiri pada setiap huruf yang digunakan (hendratman, 2015, h.151). Untuk menghasilkan kesan tersendiri dalam membuat media informasi maka penggunaan huruf sangat membantu dalam penyampaian pesan yang akan disampaikan. pembuatan huruf diambil dari beberapa huruf yang memiliki tingkat keterbacaan tinggi sehingga informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dibaca dan dan direspon dengan baik oleh khalayak sasaran.

Huruf yang digunakan yaitu :

- Arial Rounded MT Bold

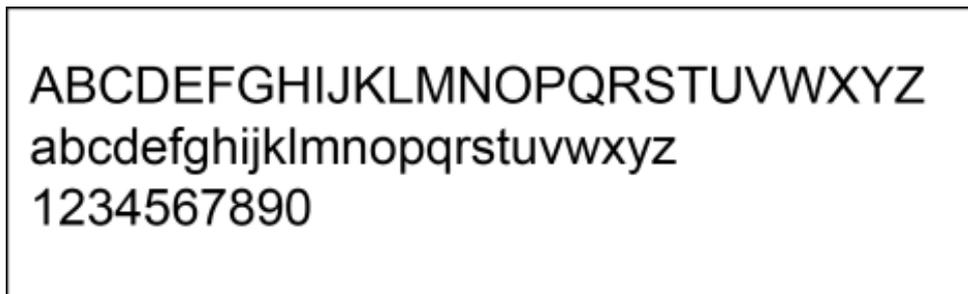


Gambar III.10 Font Arial Rounded MT Bold

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

*Font* ini digunakan untuk media utama dan media pendukung dengan informasi yang bersifat formal. *Font* Arial Rounded MT Bold didesain oleh Fontfabric dan memiliki lisensi gratis. Tipe *font* Arial Rounded MT Bold merupakan tipe *font* Serif dimana untuk jenis tersebut tidak memiliki *counterstroke* atau garis pada ujung huruf. Penggunaan *font* Arial Rounded MT Bold akan digunakan pada media utama sistem tanda karena *font* ini memiliki keterbacaan yang sangat jelas, sehingga dapat mudah untuk dilihat.

- Helvetica



Gambar III.11 Font Helvetica

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

Jenis huruf Helvetica dipilih karena jenis huruf tersebut mempunyai keterbacaan yang jelas dan disesuaikan dengan usia khalayak sasaran dan sangat sesuai dengan ilustrasi pada perancangan sistem tanda.

Desainer font Helvetica bernama Max Miedinge. Lisensi mengenai font tersebut adalah commercial atau berbayar. Maka dengan itu *font* tersebut sangat tepat digunakan untuk penggunaan *body text*, font ini memiliki jenis sans serif ini memiliki kejelasan huruf, bersih dan simple dengan tingkat keterbacaan yang tinggi.

### III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa latin yaitu "*illustrate*" yang menjelaskan sesuatu. Ilustrasi juga dapat dimaksud dengan gambar yang memiliki tujuan untuk menyampaikan suatu objek secara visual agar pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh pembaca (RM, Siwandi, 2008, h.30).

Ilustrasi yang digunakan adalah menggunakan ilustrasi bentuk visual dari identitas logo sebagai ilustrasi pada ikon-ikon dalam sistem tanda yang dibuat. Ilustrasi ini digunakan karena Cibolang berlokasi di daerah perkebunan teh. Selain bentuk visual elemen lain dari sistem tanda ini dapat dijadikan ilustrasi yang digunakan menggunakan suatu bentuk agar visual yang dihasilkan terlihat lebih menarik dan memiliki perbedaan diantara yang lainnya. Dalam pembuatan ilustrasi didasari oleh sebuah studi referensi, studi referensi visual diambil dari berbagai media yang membantu dalam proses pembuatan ilustrasi.



Gambar III.12 Referensi icon

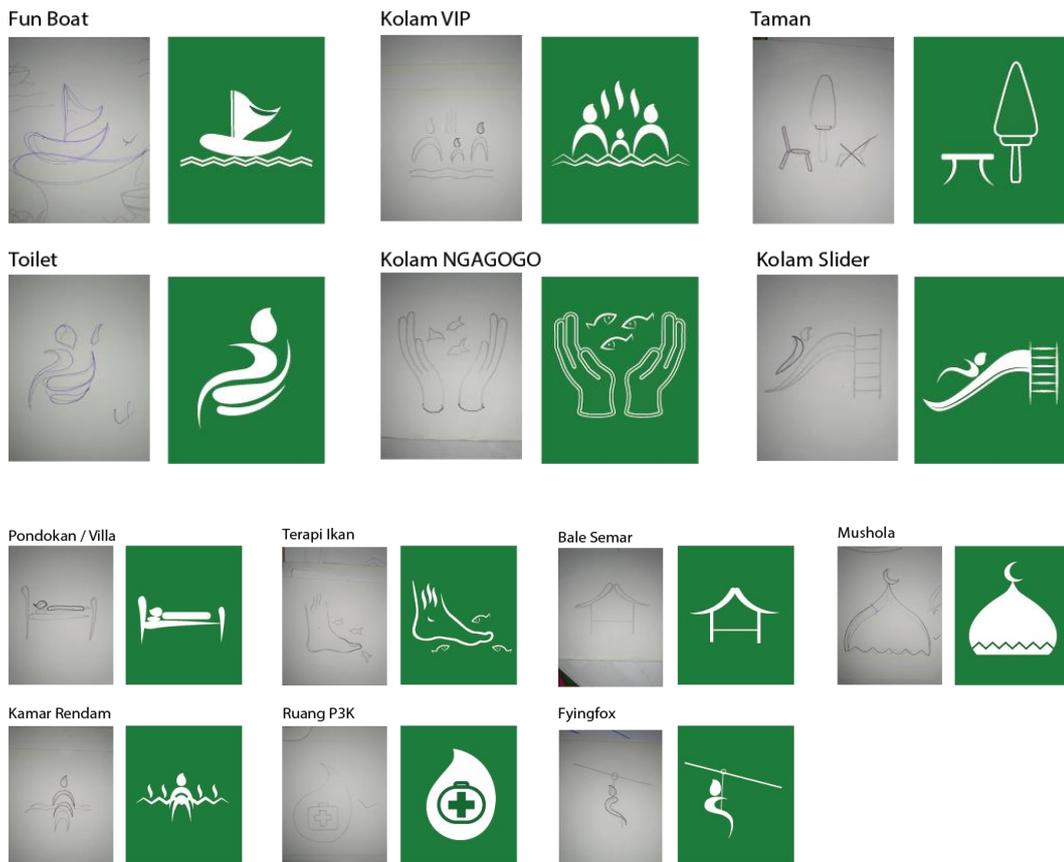
Sumber : <https://www.shutterstock.com/image-vector/set-swimming-icons-vector-illustration-109533479.jpg>

(Diakses pada 06 desember 2018)

### III.4.1 Studi Ikon

Bentuk yang di ambil dari bentuk air dan daun dimana wilayah Cibolang dikelilingi dengan kebun teh, bentuk air merupakan ciri dari pemandian air hangat Cibolang itu sendiri.

Ikon yang akan digunakan harus mudah di kenal, dengan melihat referensi pada gambar tersebut memudahkan proses pembuatan ikon, dari bentuk dan penerapannya.



Gambar III.13 Studi Ikon

Sumber : Data Pribadi (20/01/2018)

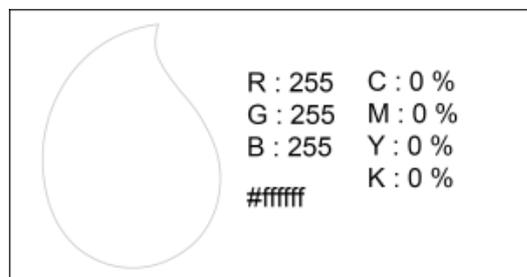
### III.3.5 Warna

RGB dan CMYK merupakan kategori warna yang memiliki fungsi berbeda satu sama lain. RGB merupakan singkatan dari *Red Green Blue*, penggunaannya lebih ditujukan untuk *digital*. Sementara itu CMYK merupakan singkatan dari *Cyan Magenta Yellow Black (Key)* dengan kegunaan untuk percetakan. Warna yang digunakan pada perancangan media informasi ini terdiri dari tiga warna utama

yaitu putih, oranye dan hijau. Warna pada *background* dibuat lebih warna gelap dan konten di dalamnya menggunakan warna yang lebih cerah agar terlihat jelas. Berikut warna yang digunakan beserta turunan warnanya.

- Putih

Warna putih diambil dari warna unsur visual. Warna biru yang terang dapat menghilangkan kesan . Selain itu warna biru juga memiliki makna kecerdasan dan percaya diri. Warna biru merupakan warna utama yang digunakan pada perancangan media.

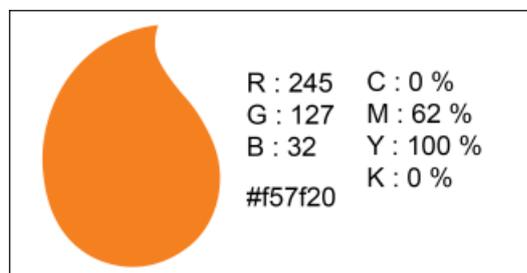


Gambar III.14 Skema Warna Putih

Sumber : Data pribadi (20/12/2018)

- Oranye

Selain warna biru, warna oranye diambil dari dominan warna yang dimiliki logo Cibolang selain warna hijau. Warna oranye memiliki makna kehangatan dan keceriaan. Dengan makna tersebut diharapkan dapat memberikan kesan yang sama kepada khalayak sasaran.

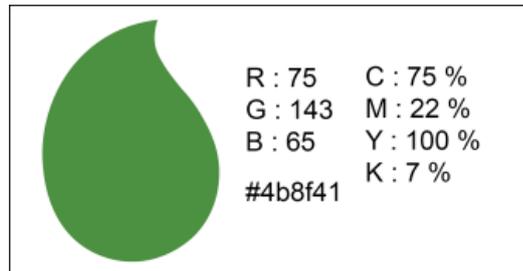


Gambar III.15 Skema Warna Oranye

Sumber : Data pribadi (20/12/2018)

- Hijau

Warna hijau diambil dari warna daun dimana Cibolang ini berlokasi di pegunungan dan perkebunan teh. Warna hijau memiliki makna kedamaian dan keseimbangan.

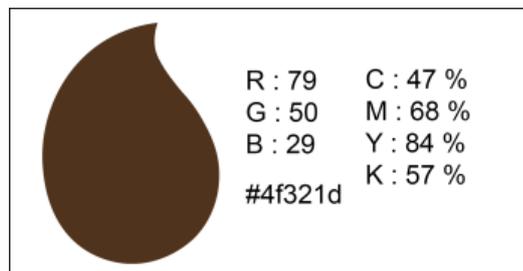


Gambar III.16 Skema Warna Hijau

Sumber: Dokumentasi Pribadi (20/12/2018)

- Cokelat

Warna coklat identik dengan stabilitas dan kehangatan. Yang dipadukan dengan warna hijau, paduan coklat sendiri dipercaya mampu menciptakan kenyamanan serta rasa aman.

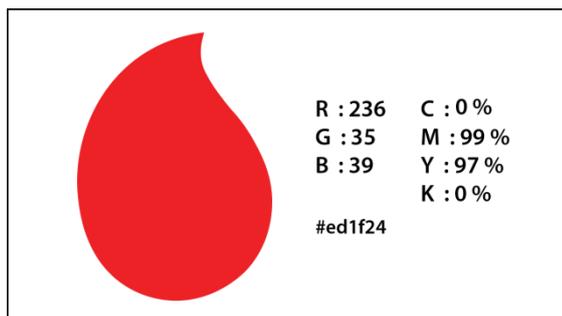


Gambar III.17 Skema Warna Cokelat

Sumber: Dokumentasi Pribadi, (20/12/2018)

- Merah

Warna Red (Merah) merupakan warna untuk tanda larangan. Warna ini merupakan warna yang digunakan sebagai warna standar papan rambu lalu lintas. Tujuan penggunaan warna ini agar pengunjung tidak kesulitan dengan tanda warna yang ada karena disesuaikan dengan warna pada rambu yang sudah ada.

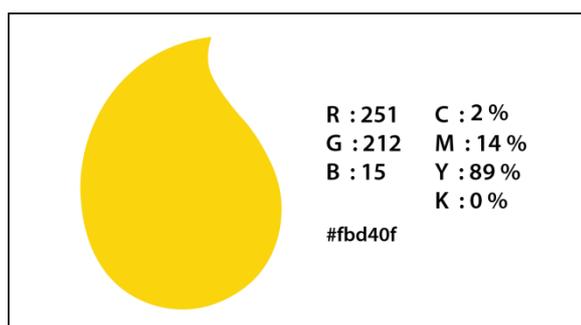


Gambar III.18 Skema Warna Merah

Sumber: Dokumentasi Pribadi, (20/12/2018)

- Kuning Gelap (*Deep Yellow*)

Warna Deep Yellow (Kuning Gelap) merupakan warna untuk tanda Peringatan. Warna ini merupakan warna yang digunakan sebagai warna standar papan rambu lalu lintas untuk tanda peringatan.



Gambar III.19 Skema Warna Merah

Sumber: Dokumentasi Pribadi, (20/12/2018)