BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari beberapa pemecahan masalah dari wisata gunung tangkuban parahu adalah kurangnya informasi kepada target sasaran wisatawan asing. sebagai pemecahan masalah tersebut penulis merancang sebuah media informasi yang berbentuk buku ilustrasi.

3.2. Strategi Komunikasi

Secara umum komunikasi berarti penyampaian pesan atau informasi yang dilkaukan oleh seseorang kepada orang lain dalam hubungan sosial. Dalam strategi Perancangan media Informasi wisata alam gunung tangkuban parahu Untuk wisatawan ini yang digunakan adalah suatu yang berhubungan erat dengan alam, budaya dan lingkungan sekitar kawasan Gunung tangkuban Parahu. agar informasi yang akan disampaikan dapat mudah dimengerti oleh target sasaran atau *audience*.

Strategi yang akan dilakukan yaitu membuat target sasaran atau *audience* melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media informasi dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat dan juga visual yang menarik, agar dapat dimengerti oleh target sasaran atau *audience*, dan yang paling penting adalah menyebarkan informasi pada tempat yang tepat.

3.2.1. Tujuan Komunikasi

Dalam pembuatan perancangan media informasi mengenai Buku ilustrasi mengenai wisata alam gunung tangkuban parahu sebagai media yang memberikan informasi, arah, lokasi, keindahan pariwisata, sejarah terjadinya letusan dan ilustrasi cerita legenda sangkuriang, tujuan komunikasi sangatlah penting agar media

informasi yang disampaikan dapat tepat pada target sasaran, adapun tujuan dari komunikasi adalah selain memberikan informasi juga diharapkan dapat mengajak para wisatawan untuk mengetahui dan mengerti terhadap pesan yang disampaikan yang terdapat dalam media informasi ini.

3.2.2. Pesan Utama

" Gunung tangkuban Parahu *the legend of* sangkuriang"

3.2.3. Tema Dasar Komunikasi

Dalam penyampaian pesan utama yang akan disampaikan kepada target sasaran adalah " informasi, ilustrasi keindahan, lokasi-lokasi objek wisata, legenda dan sejarah yang terdapat dalam media informasi di sekitar kawasan objek wisata Gunung Tangkuban Parahu untuk segmentasi wisatawan Asing.

3.2.4. Materi Pesan

Dalam penyampaiannya, perancangan media informasi ini memerlukan materi yang akan disampaikan sebagai pesan dari kegiatan informasi ini, materi yang akan disampaikan adalah :

- menikmati sejuta pesona keindahan alam sekitar objek wisata alam Gunung Tangkuban Parahu.
- visual legenda dari cerita rakyat yang melegenda adalah sangkuriang.
- Tempat / lokasi yang dituju, jarak yang di tempuh.

3.3. Strategi Kreatif

Agar informasi yang disampaikan mencapai tujuan yang diharapkan, maka informasi haruslah dilakukan secara efektif. Maksud dari informasi yang efektif adalah informasi yang isi pesan, bentuk pesan, dan strategi visualnya yang berbeda namun menarik, dengan pola seperti itu diharapkan agar informasi

yang disampaikan dapat menarik perhatian orang-orang khususnya target sasaran yang dituju.

3.4. Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam perancangan media informasi wisata alam Gunung Tangkuban Parahu untuk wisatawan Asing Remaja dan Keluarga adalah membuat media-media yang bertujuan menyampaikan pesan atau informasi yang berhubungan dengan media informasi ini.

Teori penggunaan media untuk perancangan media ini yaitu menggunakan media *primer* dan *sekunder*. Media *primer* ini adalah media utama dalam media informasi ini, sedangkan media *sekunder* adalah media yang bersifat melegkapi atau menunjang media utama.

3.4.1. Media Utama

Didasarkan pada permasalahnya, maka dalam pemilihan suatu media harus benar-benar tepat dan cermat agar dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan, berikut adalah pemilihan media informasi ini adalah:

- (Buku Ilustrasi),

Media utama buku ilustrasi ini adalah media cetak yang memiliki jangkauan target sasaran yang lebih luas dan memberikan informasi yang lebih banyak.

3.4.2. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media-media pendukung yang digunakan pada media informasi tentang wisata legenda ini yaitu media-media yang efektif untuk menyampaikan pesan dari permasalahan ini.

Pembatas Buku

Pembatas buku dapat digunakan untuk membatasi halaman buku.



Gambar 1. Pembatas Buku

Gimmick

- Pin
- Stiker

Gimmick adalah media-media pendukung atau media *sekunder*. Media ini sangat membantu untuk menarik perhatian target sasaran melalui objek-objek khusus, seperti membuat item-item unik yang diberikan secara gratis. *Gimmick* yang diberikan disini berupa stiker, dan pin ini dibuat sebagai *merchandise*. Konsep *merchandise* ini dibuat sebagai media pendukung yang berfungsi untuk mengingatkan kepada audiens visual yang terdapat di media utama.



Gambar 2. Gimmick

Display buku

Merupakan media pendukung untuk menarik perhatian konsumen karena bentuknya yang menarik sebagai tempat untuk memajang buku yang akan dijual, Konsep dari Display buku inipun berfungsi untuk mengingatkan kepada audiens visual yang terdapat di media utama.



Gambar 3. Display Buku

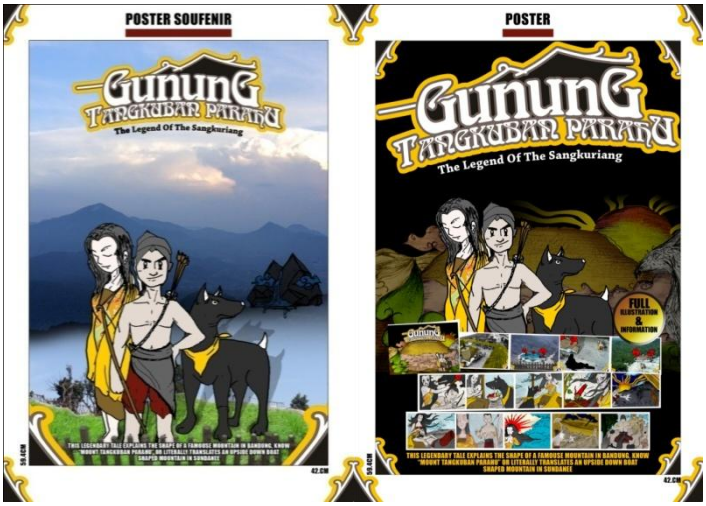
3.4.3. Media Promosi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, secara harfiah kegiatan promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan melakukan pameran, periklanan, demonstrasi serta usaha-usaha lain yang bersifat persuasif.

Media promosi disini adalah sebagai alat bantu untuk memperkenalkan dan mempublikasikan bahwa buku "Gunung Tangkuban Parahu The Legent Of Sangkuriang" ini telah terbit dipasaran.

Poster

Poster adalah media yang memiliki jangkauan yang lebih banyak dan jangkauan frekuensi yang tinggi dan sangat efektif untuk menarik perhatian target audiens, serta bisa ditempatkan dimana saja sehinnga jangkauannya luas. Poster ini berukuran A2, ditempel di toko-toko buku dimana telah tersedia tempat khusus untuk penempelan poster. Poster ini ditempel di agen trafel, kantor kebudayaan & pariwisata, bandara international dengan maksud agar pengunjung mengetahui bahwa buku ini telah terbit dan dijual dipasaran. Poster ini ditempel pada saat buku telah diterbitkan dan dipasarkan.



Gambar 4. Poster

X-Banner

X-Banner adalah media promosi yang dapat menyampaikan pesan tentang buku ini. X-Banner akan diletakan di toko-toko buku pada saat buku telah diterbitkan dan dipasarkan. pada saat dipasang disebelah display buku yang telah disiapkan di toko-toko buku.



Gambar 5. X-Banner

Flyer

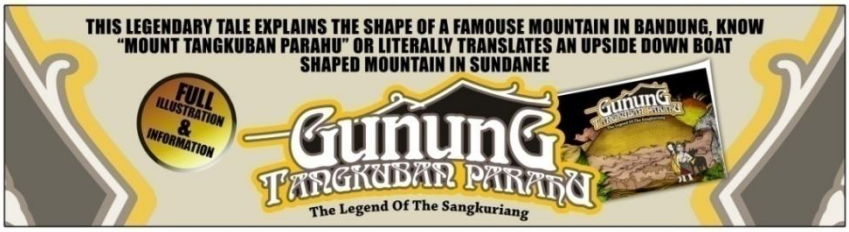
Flyer adalah alat yang berfungsi sebagai media promosi untuk menarik perhatian target segmentasi. Penyebaran flyer akan dilakukan di bandara internasional dan tempat – tempat wisatawan asing menginap. Flyer dibuat bertujuan untuk memudahkan penyampaian promosi buku tentang legenda dan wisata alam Gunung Tangkuban Parahu ini.



Gambar 6. Flyer

Spanduk

Spanduk merupakan media *outdoor* (luar ruang) dan jangkauannya lebih besar dari poster. Karena dari segi ukuran, spanduk lebih besar dari poster dan setiap orang dapat melihat dan membaca pesan informasi yang disampaikan. Namun isi dari informasi itu lebih singkat. Spanduk adalah media promosi yang dapat menyampaikan pesan tentang buku ini. Spanduk dipasang di bandara internasional dan kawasan gunung tangkuban parahu pada saat buku telah diterbitkan dan dipasarkan.



Gambar 7. Spanduk

Billboard

Billboard merupakan media luar yang jangkauannya lebih luas dan setiap orang bisa melihatnya, dan lebih besar dari media lainnya. Billboard adalah media promosi yang dapat menyampaikan pesan tentang buku ini. Billboard dipasang di jalan-jalan Protokol yang banyak dilalui oleh segmentasi adalah wisatawan asing pada saat buku telah diterbitkan dan dipasarkan.



Gambar 8. Billboard

3.4.4. Strategi Distribusi

Media utama yang berupa buku ini pada awalnya akan ditawarkan kepada pihak penerbit yang mempunyai potensi dalam menerbitkan buku-buku pengetahuan berupa cerita fiksi ataupun non-fiksi. Toko-toko buku besar seperti Gramedia menjadi target utama dalam pendistribusian buku cerita ini.

Penerbit Three Publishing ini mempunyai dasar dalam menerbitkan buku-buku yang mempunyai latar belakang dalam ilmu pengetahuan dan wisata.

Gambar 9. Logo Three Publishing

Penerbit Three Publishing selain pendistribusian luar melalui kerjasama dengan toko-toko buku besar seperti Gramedia. Three Publishing ini juga membantu dalam pendistribusian secara online. Sehingga, Penerbit Three Publishing melakukan pendistribusiannya melalui toko-toko buku terkemuka dan melalui media online.

3.5. Konsep Visual

Dalam perancangan media informasi menikmati kawasan wisata gunung tangkuban parahu, konsep visual yang dipilih penulis adalah ilustrasi bergambar, yang dalam visualisasinya disuaikan dengan segmentasi informasinya, wisatawan *asing* 20 – 45 tahun.

3.5.1. Kesan Visual

Kesan visual yang ditampilkan dalam perancangan media informasi objek wisata alam dan legenda ini memperlihatkan visual yang menarik dan berbeda karena dibuat dengan penggayaan khas dari Jawa Barat.



Gambar 10. Karakter Full

3.5.2. Ilustrasi

Dalam pembuatan ilustrasi, penulis terlebih dulu membuat sketsa ilustrasi yang kemudian diolah lebih lanjut dengan teknik digital, dalam pewarnaannya. Ilustrasi yang digunakan dalam buku ini menggunakan teknik ilustrasi yang disesuaikan dengan target sasarannya yaitu wisatawan asing, dengan menggunakan warna-warna *solid* namun juga tetap mengesankan kesan tradisional sesuai dengan bahasan yang digunakan penulis.

Berikut ini adalah studi ilustrasi pada buku tentang " Gunung tangkuban Parahu *the legend of* sangkuriang".

Cover Buku



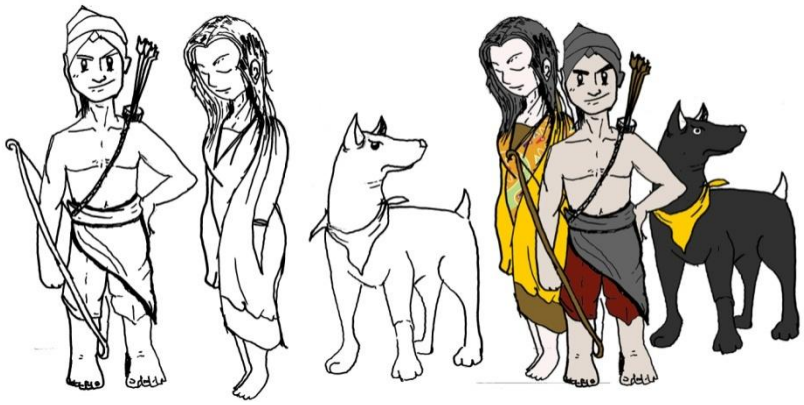
Gambar 11. Cover Buku

a. Karakter Visual

Sketsa karakter visual Dayang Sumbi, Sangkuriang dan Tumang dibuat komposisi yang digunakan pada ilustrasi ini mereka lagi bersama-sama. Agar kesan tradisionalnya lebih terasa pakaian yang digunakan karakter itu sendiri, ada artinya yaitu ikat kepala yang disebut "barangbang semplak' melambangkan anak sunda laki-laki

pada jaman dulu juga kain batik yang digunakan Dayang Sumbi adalah kain batik Kontemporer asal bandung.

Melalui proses editing menggunakan software pada bagian cover buku sehingga karakter menjadi seperti didepan ini dan dipadukan dengan background ilustrasi berupa Gunung Tangkuban Parahu.



Gambar 12. Karakter Visual

b. Judul Buku (Identitas Visual)

Pada Judul buku " Gunung Tangkuban Parahu *the legend of* Sangkuriang" ini menggunakan frame atau bingkai yang berupa floral tradisional. Dan menggunakan warna kuning dan hitam untuk warna backgroundnya. Pemilihan kata "Gunung Tangkuban Parahu *the legend of* Sangkuriang" Ini berasal dari bahasa sunda yang artinya perahu yang terbalik dan cerita rakyat legenda Sangkuriang.



Gambar 13. Judul Buku

c. Isi buku

Ilustrasi yang digunakan pada bagian isi buku ini dibuat dalam satu halaman penuh. Pada bagian layout isi dalam kotak menceritakan tentang legenda sangkuriang yang menceritakan ketika Dayang Sumbi sedang memikirkan sebuah pintalan benang yang telah hilang, cerita dari ilustrasi ini apabila ada seseorang yang dapat menemukan pintalan benang apabila laki-laki akan ku jadikan suami apabila seorang wanita akan ku jadikan sodara. Sesuai dengan penggalan-penggalan cerita pada setiap halamannya. Juga ditambahkan elemen-elemen visual seperti adanya bercak kertas bernuansa buku lama, dan elemen visual lainnya.



Gambar 14. Isi Buku

3.5.3. Tipografi

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan yang baik, selain itu bentuk huruf juga harus menggambarkan karakter dari pesan yang disampaikan. Desain huruf tertentu dapat menciptakan kesan atau karakteristik sebuah objek dalam suatu desain.

Oleh karena itu, huruf yang baik mengacu pada keterbacaan dan kemenarikan juga kesesuaian dengan tema yang diambil. Huruf tertentu dapat menciptakan kesan atau karakter dari subjek yang ditampilkan . Pemilihan huruf yang digunakan berdasar pada kesan visual yang ingin dicapai, huruf yang digunakan dalam media informasi ini adalah jenis huruf :

Alponse

Alponse adalah jenis huruf yang bertangkai pada bagian atas maupun bawahnya, terdapat pelebaran yang menyerupai penopang. Dan juga font ini memiliki bentuk yg unik dan menarik Alasan digunakannya font ini adalah karena media yang dirancang adalah media informasi yang menuntut informasi yang jelas maka tingkat keterbacaan pesan yang akan disampaikan harus baik. Maka dipilihlah jenis huruf *Alponse*, karena jenis tulisan menggunakan jenis huruf ini mudah terbaca dan menarik karena ada tangkai yang membantu menciptakan garis tak tampak yang dapat memandu pada saat membaca sebuah baris teks dan efek dari font ini menarik perhatian pembaca. Namun jenis huruf ini mempunyai kelemahan yaitu apabila ukuran huruf terlalu kecil maka tulisan teks akan sulit terbaca karena diperumit oleh tangkai pada huruf itu.

Jenis huruf yang digunakan :

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _ + - = \ | : ; " ' < > , . / ? [ ] { }



Gambar 15. Judul Buku

Impac

Huruf digunakan sebagai penggalan-penggalan cerita legenda pada perancangan media informasi legenda Sangkuriang dan nomor pada halaman buku. Yaitu buku yang berisi tentang cerita legenda Sangkuriang dan wisata yang ada di Gunung Tangkuban Parahu. Huruf impac memiliki karakter karena bentuk hurufnya yang tebal dan memiliki keterbacaan yang jelas, sehingga diharapkan dapat menyampaikan isi cerita legenda pada pembaca buku ini.

Jenis huruf yang digunakan :

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _ + - = \ | : ; “ ‘ < > , . / ? [ ] {



Gambar 16. Layout Isi Buku

Capparai Pro

Huruf Capparai Pro digunakan pada Subhead isi buku "**The legend of Sangkuriang**". Huruf ini memiliki karakter tradisional yang rapi karena bentuk hurufnya yang tinggi dan tipis. Sehingga dapat mewakili konsep pada buku tentang legenda.

Jenis huruf yang digunakan :

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _ + - = \ | : ; " ' < > , . / ? [ ] { }

3.5.4. Layout

Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen visual yaitu gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif sehingga memudahkan pembaca dalam menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap media layout yang disusun selalu mengacu pada konsep awal yaitu penempatan unsur-unsur grafis yang disusun sedemikian rupa untuk mendapat kesan yang menarik juga informatif.

Tata letak yang digunakan dalam media informasi ini lebih menonjolkan ilustrasi sebagai titik pusat perhatianya. Hal ini dimaksudnya agar ketika target sasaran melihat media tersebut perhatiannya dapat langsung tertuju pada visual Layout pada media buku ini di rancang sesuai dengan isi buku, baik cover buku maupun isi buku. Tidak di rancang terlalu rumit karena menyesuaikan dengan

segmentasi yaitu wisatawan asing, sehingga di rancang sedemikian rupa sehingga dapat membacanya dengan mudah dan nyaman.



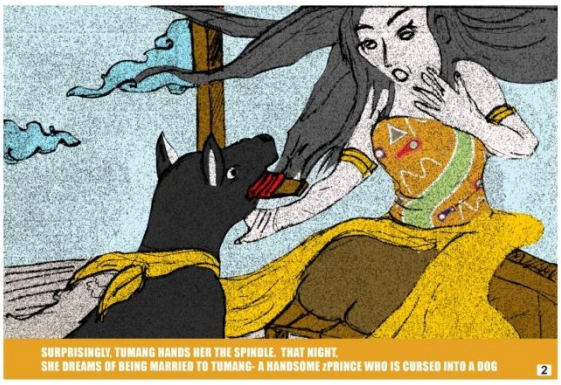
Gambar 17. Layout Cofer Buku Depan



Gambar 18. Layout Cofer Buku Belakang



Gambar 19. Layout Isi Buku hal 1



Gambar 20. Layout Isi Buku hal 2



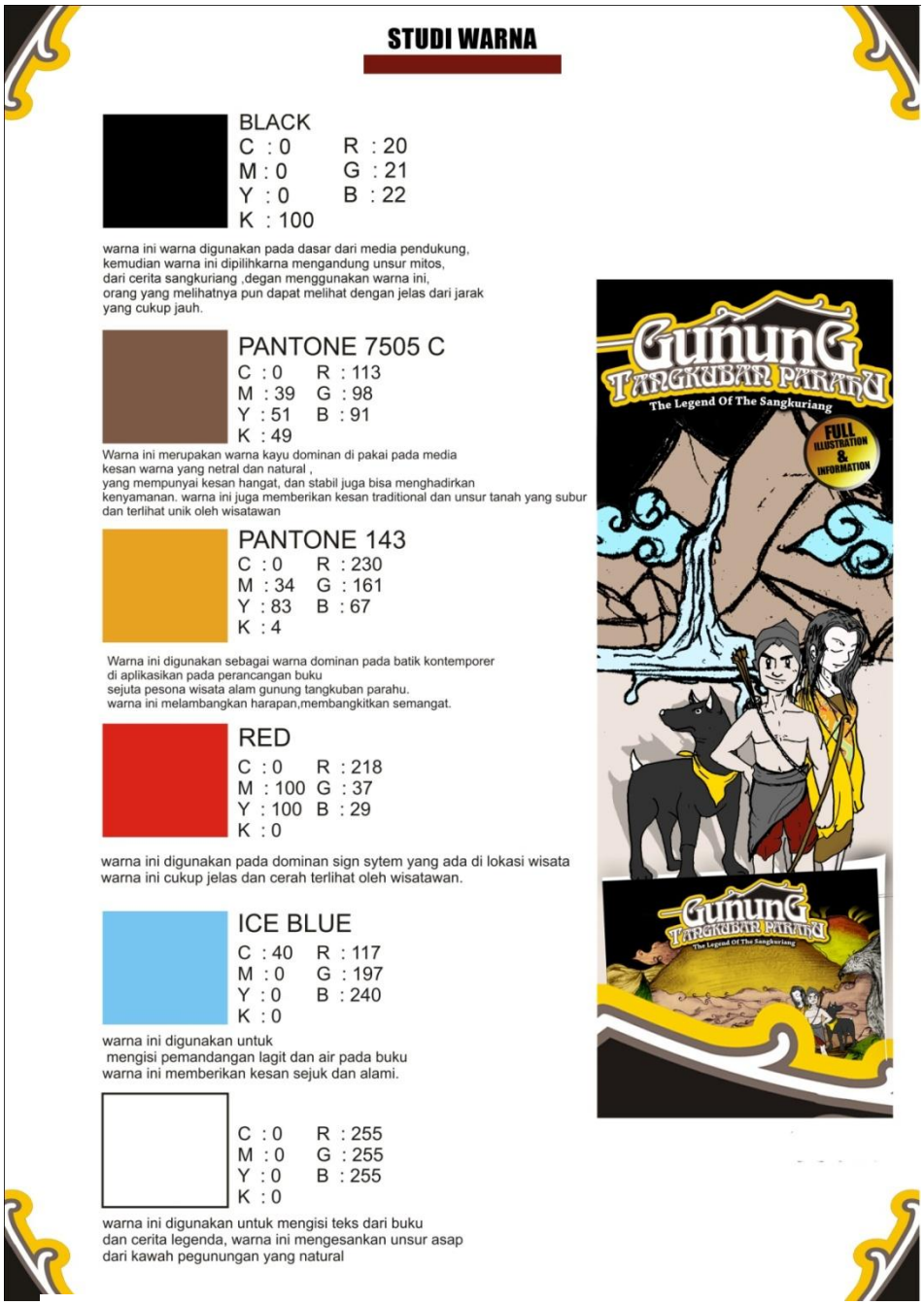
Gambar 21. Layout Peta isi Buku



Gambar 22. Layout tempat wisata isi Buku

.3.5.5. Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan. pemilihan warna dalam konsep ini berdasarkan kepada kesan yang ingin disampaikan dan kepada siapa pesan ini ditujukan. Penulis memilih warna-warna *Solid* yang disesuaikan untuk segmentasi informasinya.



Gambar 23. Studi Warna