BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berjalanya perkembangan waktu dan jaman, banyak pola hidup masyarakat kita mengalami perkembangan ke arah yang lebih maju, salah satunya dapat dilihat dengan adanya media informasi seperti, brosur, poster. film dokumenter, buku ilustrasi, flyer, dan lain-lain. Media yang dalam bahasa Indonesia berarti saluran dalam menyampaikan informasi, pesan dari pemberi pesan kepada penerima pesan. Kemudian Informasi yang dalam bahasa Indonesia berarti pengetahuan atau instruksi. Memiliki definisi sebagai unsur yang secara teratur membentuk suatu susunan yang teratur dari pandangan, aset, teori, dsb, dan dapat juga sebagai suatu metode, jadi media informasi berarti unsur media yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu susunan pengetahuan. Salah satu fungsi media informasi adalah untuk membantu mengurangi rasa cemas seseorang. Media informasi dapat mempengaruhi atau menambah pengetahuan misalnya suatu tempat rekreasi jika memiliki media informasi yang baik akan menimbulkan kesadaran yang akhirnya seseorang akan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya. pada saat ini media informasi lebih dan sering lagi dijumpai digunakan sebagai arti dari ekspresi bahasa. Bagi beberapa orang, informasi lebih mudah untuk dibaca dan dimengerti daripada bahasa percakapan. informasi juga lebih dapat dibaca dari pada kata – kata dalam percakapan pada saat individu tidak berbicara. Dengan semakin berkembangnya kota dan bertambahnya penduduk, Karena itu di objek wisata Gunung Tangkuban Parahu Jawa Barat juga terdapat beberapa media informasi. Objek wisata Gunung Tangkuban Parahu memiliki wisata alam yang banyak, fasilitas – fasilitas wisata dan legenda. Melihat banyaknya fasilitas wisata di objek wisata ini, maka perlu dibuat suatu media informasi yang memberikan kemudahan informasi tentang semua yang ada di objek wisata tersebut. Selain itu juga untuk memperbaiki dan

memperindah media informasi serta memberikan suatu pengetahuan yang tepat dan efektif. Objek wisata Gunung Tangkuban Perahu yang berada di daerah cikole, Kecamatan Lembang, pada saat ini menjadi salah satu tempat kunjungan wisata di kota Bandung namun pada saat ini kunjungan wisata asing maupun lokal mengalami jumlah penurunan. karna media informasi yang digunakan di kawasan wisata Gunung Tangkuban Parahu tersebut kurang menarik, ada beberapa media informasi seperti brosur yang hanya dipotocopy seadanya saja dan desainnya yang kurang menarik, serta peta lokasi yang kurang menarik membuat wisatawan asing dan lokal bingung untuk menuju lokasi – lokasi wisata yang berada di kawasan wisata tersebut, hal itu terjadi terutama pada wisatawan yang baru pertama kali mengunjungi objek wisata Gunung Tangkuban Parahu tersebut. Selain itu juga ciri khas dari wisata ini dan budaya Sunda yang terdapat di dalamnya perlu di perhatikan.

Objek wisata Gunung Tangkuban Parahu ini memiliki sejuta pesona wisata alam yang banyak, fasilitas – fasilitas wisata dan cerita rakyat yang sudah ada. Melihat banyaknya fasilitas wisata di objek wisata ini, maka perlu dibuat suatu media informasi yang memberikan kemudahan mengenai informasi tentang semua yang ada di objek wisata tersebut seperti adanya peta lokasi, brosur, buku cerita dan lain-lain.

Maka penyusun mencoba untuk menggali lebih dalam lagi mengenai wisata alam Gunung Tangkuban Parahu, dan mengenalkan lewat media informasi dengan penggayaan ilustrasi dan fotografi agar masyarakat lebih mudah mengamati tentang wisata alam Gunung Tangkuban Parahu dan mengetahui visual dari cerita legenda Sangkuriang yang sekarang ini nampak jumlah wisatawan mengalami jumlah penurunan dari tahun ke tahunnya.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Pengunjung Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu mengalami jumlah penurunan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya baik wisatawan asing maupun wisatawan Lokal.
2. keterbatasannya jumlah media informasi hususnya bagi wisatawan asing yang semakin mengalami jumlah penurunan .
3. Media Informasi yang ada di kawasan wisata Gunung Tangkuban Perahu kurang menarik dari segi visual.
4. Ciri khas dari budaya Jawa Barat dan Gunung Tangkuban sendiri kurang ditonjolkan pada media informasinya

1.3. Fokus Permasalahan

Dalam perancangan Tugas akhir ini penulis lebih memfokuskan perancangan buku ilustrasi mengenai pengenalan wisata alam Gunung Tangkuban Parahu pada segmentasi wisatawan Asing.

1.4. Tujuan Perancangan

Dikarenakan adanya hubungan timbal balik antara tulisan dan gambar akan mempermudah pembaca lebih memahami atau mengerti akan berita atau pesan yang ingin disampaikan " tulisan dalam media massa akan lebih menarik jika disertai gambar atau foto yang berhubungan.

Pernyataan di atas menegaskan bahwa peranan gambar atau ilustrasi dalam bentuk buku mempercepat penyampaian informasi kepada pembaca karena bahasa visual bersifat lebih *universal* dari pada bahasa *verbal* atau tulisan.

Dalam memecahkan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, maka tujuan yang ingin di capai melalui perancangan ini adalah :

- Untuk mempublikasikan Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu.
- Untuk menumbuhkan minat wisatawan asing agar berkunjung ke wisata alam Gunung Tangkuban Parahu.
- Untuk membuat *alternative* pemecahan masalah mengenai kuranganya pengenalan informasi tentang tempat, arah, wisata unggulan, dan pengetahuan tentang legenda.

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Penulis

- Menyelesaikan Tugas Akhir sebagai salah satu syarat mutla kelulusan mahasiswa di jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Komputer Indonesia.
- Menambah pengetahuan yang lebih dalam mengenai objek wisata Gunung Tangkuban Parahu.

1.5.2. Bagi Masyarakat

- Memberikan informasi tentang objek wisata Gunung Tangkuban Parahu.
- Mengajak para wisatawan wisatawan asing khususnya yang berusia 20- 45 tahun agar mengunjungi wisata alam gunung tangkuban parahu.

1.6. Kata Kunci

Adapun kata kunci untuk objek wisata alam gunung tangkuban parahu Jawa Barat yaitu : media informasi , legenda, objek wisata alam, gunung tangkuban parahu dan wisatawan asing.

BAB II

PERANCANGAN MEDIA INFORMASI LEGENDA

OBJEK WISATA ALAM GUNUNG TANGKUBAN PARAHU

2.1. Perancangan

2.1.1. Definisi Perancangan

Definisi perancangan adalah suatu sistem yang berlaku untuk segala jenis perancangan, dimana titik beratnya adalah melihat suatu persoalan tidak secara terpisah atau tersendiri, melainkan sebagai satu kesatuan, satu masalah dengan lainya yang saling berkaitan dan Perancangan adalah suatu kegiatan membuat desain teknis berdasarkan permasalahan kasus yang terjadi yang telah dilakukan pada kegiatan analisis. Analisis adalah suatu kegiatan dalam mempelajari serta mengevaluasi suatu bentuk permasalahan atau kasus yang terjadi.

2.2. Informasi

2.2.1. Definisi Informasi

Banyak yang memiliki beberapa tanggapan tentang definisi informasi yang berbeda-beda akan tetapi semuanya memiliki satu tujuan yang sama. Inilah beberapa pendapat yang dikemukakaan definisi informasi secara luas. Jadi, secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang.

Untuk memperoleh informasi yang berguna, tindakan yang pertama adalah mengumpulkan data, kemudian mengolahnya

sehingga menjadi informasi. Dari data-data tersebut informasi yang didapatkan lebih terarah dan penting karena telah dilalui berbagai tahap dalam pengolahannya diantaranya yaitu pengumpulan data, data apa yang terkumpul dan menemukan informasi yang diperlukan

Suatu sistem tanpa informasi akan tidak berguna, karena suatu sistem yang kurang mendapatkan informasi akan mengalami kemacetan dan akhirnya berhenti. Dengan demikian informasi sangat penting bagi suatu sistem. Informasi sendiri berasal dari data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya, Jadi sumber informasi adalah data yang merupakan kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata. Kejadian-kejadian (*event*) adalah sesuatu yang terjadi pada saat terentu, kesatuan nyata yang dapat terlihat berupa objek nyata seperti tempat, benda, dan orang yang betul-betul ada dan terjadi.

2.2.2. Konsep Dasar Informasi

Informasi adalah pengetahuan yang didapatkan dari pembelajaran, pengalaman, atau instruksi. Namun istilah ini memiliki banyak arti bergantung pada konteksnya, dan secara umum berhubungan erat dengan konsep seperti arti, pengetahuan, komunikasi, kebenaran, representasi, dan rangsangan mental.

Informasi juga dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang peristiwa-peristiwa tertentu atau situasi yang telah dikumpulkan atau diterima melalui proses komunikasi, pengumpulan data, atau sesuatu yang didapatkan dari berita. Informasi yang berupa koleksi data dan fakta seringkali dinamakan informasi statistik. Kesimpulannya, informasi adalah pengetahuan yang didapatkan dari pembelajaran, pengalaman, atau instruksi, dan pemberitahuan.

2.3. Pariwisata

2.3.1. Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan Bab I Pasal 1 ; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Jadi pengertian wisata itu mengandung unsur yaitu :

- Kegiatan perjalanan;
- Dilakukan secara sukarela;
- Bersifat sementara;
- Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Kemudian pada angka 4 di dalam Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 dijelaskan pula bahwa Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi:

- Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti : Kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat, dan yang bersifat alamiah : keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya.
- Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata.

Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata yakni :

- Usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, impresariat, konsultan pariwisata, informasi pariwisata)
- Usaha sarana pariwisata yang terdiri dari : akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan sebagainya.
- Usaha-usaha jasa yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Menurut definisi yang lebih luas sebagai berikut : Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

2.3.2. Pengertian Wisata

Wisata dalam bahasa Inggris disebut *tour* yang secara etimologi berasal dari kata *torah* (ibrani) yang berarti belajar, *tornus* (bahasa latin) yang berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa Perancis kuno disebut *tour* yang berarti mengelilingi sirkuit. Pada umumnya orang memberi pandangan kata wisata dengan rekreasi, wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata (Suyitno. 2001).

Wisata adalah perjalanan atau sebagai dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. (Fandeli 2001).

Wisata memiliki kharakteristik – kharakteristik antara lain :

- Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
- Melibatkan komponen - komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata dan lain-lain.
- Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata.
- Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.

2.3.2.1. Pengertian Wisata Alam

Menurut Undang-undang No. 5 tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya, Taman Wisata Alam adalah kawasan pelestarian alam yang terutama dimanfaatkan untuk pariwisata dan rekreasi alam. Sedangkan kawasan konservasi sendiri adalah kawasan dengan ciri khas tertentu, baik di darat maupun di perairan yang mempunyai sistem penyangga kehidupan, peng-awetan keaneka-ragaman jenis tumbuhan dan satwa, serta pemanfaatan secara lestari sumberdaya alam hayati dan ekosistemnya.

Pasal 31 dari Undang-undang No. 5 tahun 1990 menyebutkan bahwa dalam taman wisata alam dapat dilakukan kegiatan untuk kepentingan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya dan wisata alam. Pasal 34 menyebutkan pula bahwa pengelolaan taman wisata dilaksanakan oleh Pemerintah. Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata.

2.3.3. Pengertian Kepariwisataan

Pengertian Kepariwisataan menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 pada bab I pasal 1 menerangkan bahwa Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Artinya semua kegiatan dan urusan yang ada kaitannya dengan perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, pengawasan, pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat disebut Kepariwisataan.

Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program program kebersihan atau kesehatan, pilot proyek sasana budaya dan kelestarian lingkungan dan sebagainya. Yang kesemuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi masyarakat dalam lingkungan daerah wilayah yang bersangkutan maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar. Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan ditengah-tengah industri lainnya.

2.3.4. Pengertian Objek Wisata

Pengertian objek wisata, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (*Pengantar Ilmu Pariwisata. Drs. Oka. A. Yoeti*, 1985). Dari pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa objek wisata atau atraksi wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan, dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan dating ke suatu daerah tertentu.

Sedangkan pengertian objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 yaitu yang menjadi sasaran perjalanan wisata yang meliputi :

1.) Ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis, serta binatang-binatang langka.

2.) Karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro (pertanian), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan.

3.) Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah dan lain-lain.

2.3.4.1. Pengertian Objek Wisata Alam

Obyek wisata alam yang ada di Indonesia dikelompokkan menjadi dua obyek wisata alam yaitu obyek wisata yang terdapat di luar kawasan konservasi dan obyek wisata yang terdapat di dalam kawasan konsevasi yang terdiri dari taman nasional, taman wisata, taman buru, taman laut dan taman hutan raya. Semua kawasan ini berada di bawah tanggung-jawab Direktorat Jendral Perlindungan dan Pelestarian Alam.

2.3.5. Syarat – syarat Objek Wisata

Sebuah objek wisata yang baik harus dapat mendatangkan wisatawan sebanyak – banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan member kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Untuk mencapai hasil itu, beberapa syarat harus dipenuhi, yaitu :

- Kegiatan (*act*) dan objek (*artifact*) yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan yang baik.

- Karena atraksi wisata itu disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajianya harus tepat.

- Objek / atraksi wisata adalah terminal dari suatu mobilitas spasial suatu perjalanan. Oleh karena itu juga harus memenuhi suatu determinan mobilitas spasial, yaitu akomodasi, transportasi, dan promosi serta pemasaran.

- Keadaan di objek wisata harus dapat menahan wisatawan cukup lama.

- Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi wisata harus diusahakan supaya bertahan lama selama mungkin (*Ananatomi Pariwisata Indonesia, R.G. Soekadijo*. 1996).

2.3.6. Karakteristik Objek Wisata

Ada tiga karakteristik utama dari objek wisata yang harus diperhatikan dalam upaya pengembangan suatu objek wisata tertentu agar dapat menarik dan dikunjungi banyak wisatawan. Seperti yang diungkapkan oleh *Drs. Oka. A. Yoeti*, 1985, karakteristik tersebut antara lain :

- Daerah tersebut harus memiliki apa yang disebut sebagai "*something to see*". Artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain. Dengan kata lain harus memiliki daya tarik yang khusus dan unik.

- Daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "*something to do*". Artinya di tempat tersebut selain bayak yang dapat disaksikan, harus disediakan pula fasilitas rekreasi atau amusement yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.

- Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah " *something to buy* ". Artinya di tempat tersebut harus ada fasilitas untuk berbelanja, terutama barang – barang souvenir dan kerajinan tangan rakyat sebagai oleh – oleh untuk dibawa pulang.

2.3.7. Sarana dan Prasarana Objek Wisata

Yang dimaksud prasarana adalah semua fasilitas yang memungkinkan suatu proses dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhanya. Sedangkan sarana adalah semua bentuk fasilitas yang dapat memberikan pelayanan bagi kedatangan wisatawan. Oleh karena itu sebelum seorang wisatawan melakukan perjalanan wisata, terlebih dahulu ia ingin mengetahui tentang :

- Fasilitas transportasi yang akan membawanya dari dan ke daerah tujuan wisata yang ingin dikunjunginya.
- Fasilitas akomodasi, yang merupakan tempat tinggal sementara di tempat atau di daerah tujuan yang akan dikunjunginya.
- Fasilitas *catering services*, yang dapat memberi pelayanan mengenai makanan dan minuman sesuai dengan selera masing – masing.
- Objek dan atraksi wisata yang ada di daerah tujuan yang akan dikunjunginya.
- Aktivitas rekreasi yang dapat dilakukan di tempat yang akan dikunjungi tersebut.
- Fasilitas perbelanjaan.

Semua ini menyangkut prasarana dan sarana kepariwisataan yang harus diadakan sebelum kita mempromosikan suatu daerah tujuan wisata (*Pengantar Ilmu Pariwisata. Drs. Oka. A . Yoeti*, 1985).

2.4. Wisata Gunung Tangkuban Perahu

2.4.1. Sejarah

Pada zaman dahulu kala, di sebuah kerajaan di Jawa Barat hidup seorang putri bernama Dayang Sumbi. Ketika Dayang Sumbi sedang menenun, tiba-tiba pintalan benangnya terjatuh, lalu ia pun berkata "Siapa pun yang dapat mengambil benang ini, jika ia perempuan akan kujadikan saudara, sedangkan jika ia laki-laki akan kujadikan suami". Tak lama kemudian seekor anjing bernama Tumang mengambilkan pintalan benang. Dayang Sumbi teringat akan ucapannya, dan ia takut jika ia tidak menepatinya, para dewa akan marah dan menghukumnya, akhirnya ia pun menikah dengan Tumang yang ternyata seorang titisan Dewa. Akhirnya Dayang Sumbi mengandung anak Tumang dan sembilan bulan kemudian melahirkan seorang anak laki-laki yang diberi nama Sangkuriang. Sangkuriang senang sekali berburu dan selalu ditemani oleh anjing yang sebenarnya merupakan ayah kandungnya. Suatu hari, Dayang Sumbi meminta Sangkuriang berburu untuk mencari hati seekor kijang. Setelah seharian berburu tidak mendapatkan hasil, akhirnya Sangkuriang memanah Tumang dan hati anjing tersebut diambil dan diberikan kepada Dayang Sumbi sebagai pengganti hati kijang. Dayang Sumbi terkejut karena hati yang diberikan kepadanya adalah hati seekor anjing, akhirnya Sangkuring menceritakan kepada Dayang Sumbi kejadian di hutan, bahwa ia telah membunuh dan mengambil hati Tumang. Alangkah terkejut dan marahnya Dayang Sumbi setelah mendengar cerita ini, akhirnya Dayang Sumbi memukul kepala Sangkuring dengan gayung sehingga menimbulkan bekas luka di kepalanya. Sangkuriang akhirnya pun pergi meninggalkan istana. Dayang Sumbi tidak mengira bahwa Sangkuriang akan pergi

meninggalkannya, akhirnya ia pun melakukan pertapaan dan para Dewa memberinya kecantikan yang abadi, tampak selalu muda. Bulan berganti bulan, tahun berganti tahun, Sangkuriang tumbuh menjadi pemuda yang gagah dan tampan jatuh cinta dengan gadis yang sangat cantik, yang tak lain adalah ibundanya sendiri.

Suatu hari ketika Sangkuriang berniat untuk pergi berburu, Dayang Sumbi membantu calon suaminya untuk mengenakan ikat kepala. Betapa terkejutnya Dayang Sumbi ketika melihat bekas luka di kepala Sangkuriang, tiba-tiba ia teringat akan anak kandungnya yang pergi meninggalkan istana. Dayang Sumbi berusaha untuk menggagalkan acara pernikahannya, lalu ia mengajukan dua syarat yang sangat sulit, membendung sungai Citarum dan membuat sampan yang besar untuk menyebrangi sungai, sebelum fajar terbit. Dengan kesaktiannya, Sangkuriang minta bantuan dari makhluk gaib. Sebelum fajar menyingsing, pekerjaan Sangkuriang sudah hampir selesai, akhirnya Dayang Sumbi bertapa dan memohon pertolongan para Dewa agar fajar datang lebih cepat dan permohonannya dikabulkan. Sangkuriang sangat gusar, akhirnya ia menjebol bendungan yang sudah hampir selesai sehingga terjadi banjir besar dan perahu besar yang sudah jadi pun ditendang, sehingga terlempar jauh dan terbalik. Parahu yang terbalik itu lama kelamaan menjadi sebuah gunung, yang diberi nama Tangkuban Parahu yang berarti parahu yang terbalik.

2.4.2. Fakta dan Kondisi

Gunung Tangkuban Parahu merupakan salah satu gunung berapi yang masih aktif hingga saat ini. Gunung yang terakhir kali meletus pada tahun 1910 ini memiliki sembilan kawah yang tersebar di berbagai tempat di puncaknya, yaitu: Kawah Ratu, Upas, Domas, Baru, Jurig, Badak, Jurian, Siluman, dan Paguyangan Badag.

Secara geologi, gunung Tangkuban Parahu merupakan gunung api yang aktif. Gunung api adalah bukit atau gunung yang mempunyai lubang kepundan tempat keluarnya magma dan atau fluida (air,uap,dan gas) ke permukaan bumi. Magma adalah batuan cair yang terdapat di bawah permukaan bumi dengan suhu antar 900 derajat celcius hingga 1.100 derajat celcius, mengandung batuan, kristal dan fluida. Magma tersebut tidak akan diam pada tempatnya jauh di bawah sana. Jika tekanan gas dan suhu dikandungnya semakin tinggi magma dapat mendesak bergerak ke atas melalui suatu retakan atau celah batuan hingga mencapai permukaan bumi. Ketika magma mencapai permukaan disebut erupsi atau letusan yaitu suatu aktivitas gunung api mengeluarkan material seperti lava, bongkah, batu, krikil, pasir dan abu panas. Material seperti lepas tersebut dikeluarkan melalui aliran seperti awan panas (wedus gembel). Pada kawah yang berair (danau kawah), bahan letusan yang dihasilkan dapat berupa material panas bercampur air yang disebut sebagai lahar panas. Proses tersebut serupa dengan sebotol minuman soda yang dikocok hingga sanggup menyembur. Erupsi tersebut menghasilkan atau meninggalkan suatu lubang besar yang dinamakan kawah.

Suatu gunung api dapat mengeluarkan bahan muntahan atau erupsi (letusan) lebih dari satu kali. Tiap erupsi akan mengendapkan satu atau lebih lapisan material batuan atau dapat disebut sebagai selang-seling endapan batuan yang mirip dengan lapisan kue. Lapisan tersebut dapat dilihat pada tebing berupa endapan lava dan endapan piroklastik. Lava adalah cairan magma yang keluar melalui rekahan ke permukaan bumi dan membeku, akhirnya membentuk batuan padat. Sementara piroklastik adalah mineral panas berukuran bongkah pasir hingga abu, dikeluarkan dikeluarkan melalui letusan atau aliran seperti hujan, abu, awan panas yang terendapkan disekitar gunung api. Gunung Tangkuban Perahu masih aktif hingga sekarang ini. Aktif berarti masih adanya proses magma jauh di bawah

permukaan bumi. Indikasi tersebut dapat diamati secara visual atau dipantau melalui instrumen kegiatan gunung api yang dapat diamati dipermukaan adalah keluarnya uap dan air panas yang mengandung gas, CO2, SO2, HC1, H, S, CO, yang dapat kita kenali dari baunya. Gas-gas tersebut dapat membahayakan, maka tidak boleh menuruni kawah Ratu. Gunung ini dipantau dengan menggunakan seismograph setiap saat oleh petugas pos pengamatan gunung api. Jika kegiatan gunung api ini meningkat baik secara kegempaan visual atau kimia (gas) yang menandakan bahwa kemungkinan meningkatnya bahaya, maka petugas akan segera melaporkan kepada kantor pusatnya di Bandung (Pusat Vulkanologi dan Mitigasi Bencana Geologi) maupun Pemerintah Daerah setempat. Status gunung api tingkat bahaya Normal, Waspada, Siaga dan Awas ditentukan oleh kantor pusat dengan tujuan agar Pemda maupun masyarakat sekitar dapat berhati-hati. Pada tingkat waspada/siaga, lokasi rekreasi di sekitar kawah ditutup hingga kondisi menjadi normal, sehingga pengunjung dapat terhindar dari kemungkinan bahaya.

Selain potensi abiotik, Gunung Tangkuban Parahu juga banyak memiliki potensi biotik, seperti potensi flora dan fauna. Flora yang ada di gunung ini adalah Puspa (Schima Walichii), Saninten (Castanopsis Argentea), Kihujan (Engelhardia Rigida) dan faunanya adalah Macan Tutul (Panthera Pardus), Kijang (Muntiacus Muntjak) dan Elang Jawa (Spizaetus Bartelsi). Gunung ini dikelola oleh Badan Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Barat I. Kawasan ini merupakan cagar alam seluas 1.290 ha dan luas kawasan yang dapat dikunjungi wisatawan yaitu Taman Wisata Alam seluas 370 ha. Kondisi fisik Gungung Tangkuban Perahu :

- Luas

  seluas 1.290 hektar untuk Cagar Alam dan 370 hektar

- Letak

  Taman Wisata yang terletak di Kecamatan Sagala Herang, Kabupaten Subang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung.

- Topografi

  Secara umum topografi kawasan ini bergelombang dengan lereng yang terjal. Ketinggian tempat mencapai 1.150 - 2.684 meter di atas permukaan laut. Gunung Tangkuban Perahu mempunyai bentuk seperti perahu terbalik, sehingga nama tersebut sesuai bentuk yang menurut bahasa setempat di sebut tangkuban parahu yang berarti perahu terbalik.

- Iklim

  Berdasarkan klasifikasi dari Schmidt dan Ferguson, iklimnya termasuk tipe iklim B dengan curah hujan rata-rata 2.000 - 3.000 mm per tahun. Temperatur berkisar antara 15o-29oC dan kelembaban udara rata-rata 45%-97%.

2.4.3. Potensi Flora dan Fauna

- Flora

  Kawasan CA dan TWA merupakan perwakilan dari tipe ekosistem hutan hujan pegunungan, dengan jenis tumbuhan yang ada adalah : Puspa (Schima walichii), Pasang (Quercus sp), Kihiur (Castanopsis javanica), Jamuju (Podocarpus imbricartus), Rengas (Glutta rengas), Saninten (Castanopsis argentea) dan lainnya. Tumbuhan yang tumbuh dekat kawah hampir semuanya terdiri atas jenis tumbuhan yang sama, yaitu : Manarasa

(Vaccinium sp) dan jambu alas (Zizigium densiflora). Dari jenis tumbuhan bawah didominasi oleh jenis paku-pakuan (± 200 jenis).

- Fauna

Satwa liar yang ada dalam kawasan antara lain : Macan Kumbang (Panthera pardus), Surili (Presbytis aygula), Lutung (Trachypithetus auratus), Babi hutan (Sus vitatus), Kijang (Muntiacus muntjak), Trenggiling (Manis javanica), Jelarang (Ratufa bicolor), Tando (Petaurista elegans) dan lain-lain. Selain itu juga terdapat berbagai jenis burung (Aves).

2.4.4. Aksesibilitas

Cagar Alam dan Taman Wisata Alam Tangkuban Perahu dapat dicapai dengan mudah dari 3 jalur yakni:

- Dari arah Selatan : Bandung-Lembang-Tangkuban Parahu, sejauh 29 Km. Dapat dilalui oleh semua kendaraan bermotor.
- Dari arah Barat Daya : Cimahi-Cisarua-Kampung Parompong-Lembang TP.
- Dari arah Utara: Subang-Jalan Cagak-Tangkuban Parahu, sejauh 31 Km.

Cara pencapaian dari Bandung-Tangkuban Parahu dengan jarak 29 km dan Subang-Tangkuban Parahu dengan jarak 31 km bisa ditempuh dengan kendaraan umum maupun dengan kendaraan pribadi.

2.4.5. Aktivitas Wisata

Jenis-jenis kegiatan pemanfaatan yang dapat dilakukan pada saat ini dan masa mendatang di kawasan konservasi :

- Berkemah, pengamatan satwa, pengamatan tumbuhan, Shorkeling & diving .
- Arung jeram, surving, wind surving, menjelajahi, memancing, Foto hunting ·
- Wisata budaya, Wisata goa, Wisata sejarah, Widya wisata, Wisata bahari ·
- Wisata agro, Bersampan di danau, Berenang, Mendaki gunung / bukit ·
- Memanjat tebing, menyelusuri tebing, menyelusuri sungai, mandi air panas ·
- Pengamatan gejala alam · Bersepeda

(Sumber : Pengelola Balai Konservasi Sumber Daya Alam)

2.5. Analisis

2.5.1. Analisis SWOT

1. Kekuatan (Strength)

- Wisata Gunung Tangkuban Parahu ini memiliki sembilan kawah yang tersebar di berbagai tempat di puncaknya, yaitu: Kawah Ratu, Upas, Domas, Baru, Jurig, Badak, Jurian, Siluman, dan Paguyangan Badag.
- Kawah Ratu yang menyajikan pemandangan yang mempesona.
- Sekitar kawasan Wisata Gunung Tangkuban Parahu ini memiliki pemandangan yang cukup indah untuk di pandang mata, dan lingkungan yang masih alami.

2. Kelemahan (Weakness)

- Wisata Gunung Tangkuban Parahu ini sudah memiliki media – media informasi, tetapi kebanyakan media informasi tidak memiliki pesan yang kuat dan kurang menarik.

- Kurang menonjolkan ciri khas dari Gunung Tangkuban itu sendiri seperti Sejarah Sangkuriang dan kurang menonjolkan kehasan dari JawaBarat.

3. Peluang (Opportunities)

- Dapat menambah pendapatan Daerah Jawa Barat.
- Dapat menjadi lahan investasi untuk para Usahawan.
- Dapat menjadi suatu komoditas bagi Masyarakat setempat

4. Ancaman (Threats)

- Pengelolaan dapat menjadi tidak baik karena sudah berpindah pengelolaan menjadi pihak Swasta.
- Kondisi gunung yang masih aktif, dapat menimbulkan keresahan bagi para pengunjungnya, sehingga dapat mengurangi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata ini.

2.5.2. Penyelesaian Masalah

Untuk menyelesaikan masalah tersebut di atas yaitu dengan membuat media informasi buku ilustrasi, dan mengefektifkan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu yang dibuat dengan menarik dan efektif agar pesan tersebut dapat tercapai kepada target sasaran yaitu wisatawan asing, serta membuat media – media pendukung yang menonjolkan ciri khas dari kebudayaan Jawa Barat.

2.6. Target Sasaran

2.6.1. Target Sasaran informasi

Segmentasi dari informasi ini adalah usia remaja dan keluarga, penyampaian informasi ini adalah untuk mendukung melestarikan kawasan wisata dan budaya yang dimiliki.

1. Demografis (Jenis / Tipe orang)

Pria ataupun wanita dengan usia kisaran 20 – 45 tahun.

2. Geografis (berdasarkan lokasi)

Untuk pemilihan lokasi penulis menentukan pilihan lokasi pada wilayah ibu kota Jakarta karena jumlah wisatawan asing di wilayah ibu kota Jakarta lebih besar dibandingkan dengan wilayah kota yang lainnya.

3. Social Economi Status (S.E.S)

Golongan atas, karena status ekonomi dan sosial wisatawan di ibukota Jakarta golongan atas.

4. Psikografis (sifat / karakteristik)

Sifat target *audience*nya adalah mereka yang mencari tempat pariwisata alam dan ingin mengetahui juga cerita legendanya.

5. Behavioristis (perilaku)

Dari segi prilaku wisatawan asing yang suka dengan petualangan, wisata bahari, argo, alam sebagai wujud dari kegiatan pariwisata.

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

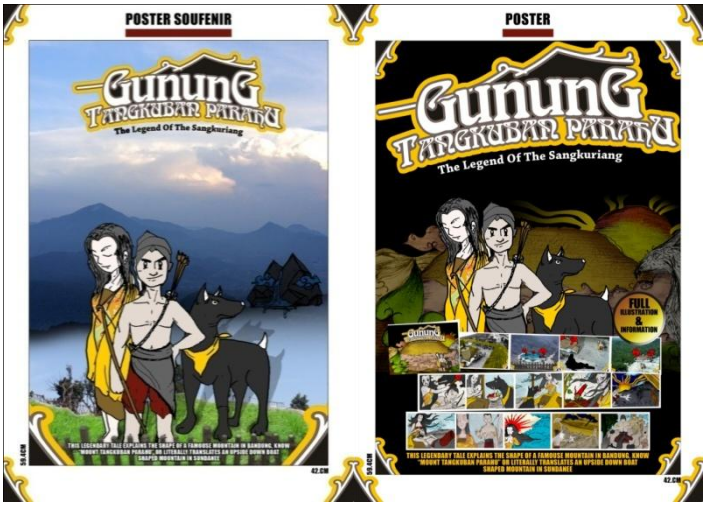
3.4.3. Media Promosi

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

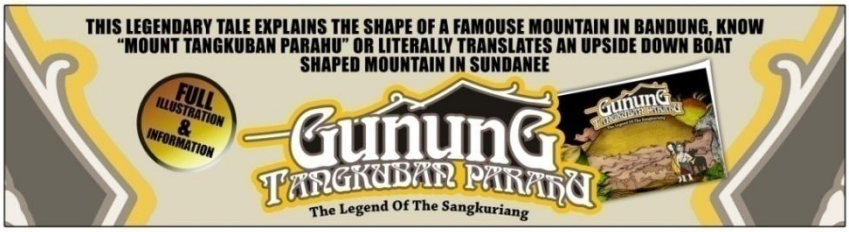
Flyer adalah alat yang berfungsi sebagai media promosi untuk menarik perhatian target segmentasi. Penyebaran flyer akan dilakukan di bandara internasional dan tempat – tempat wisatawan asing menginap. Flyer dibuat bertujuan untuk memudahkan penyampaian promosi buku tentang legenda dan wisata alam Gunung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

Three
Publishing

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



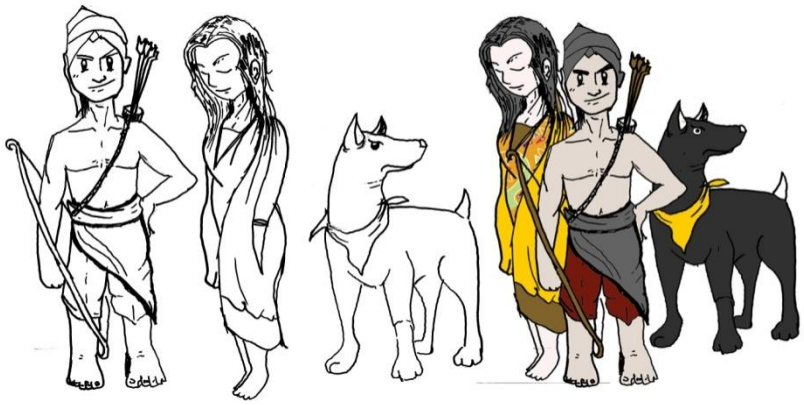
Gambar 11. Cover Buku

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.



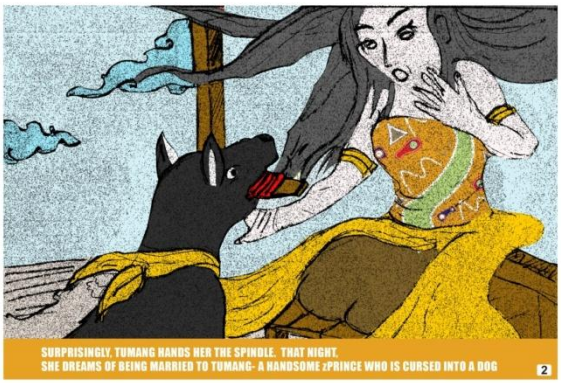
Gambar 17. Layout Cofer Buku Depan



Gambar 18. Layout Cofer Buku Belakang



Gambar 19. Layout Isi Buku hal 1



Gambar 20. Layout Isi Buku hal 2



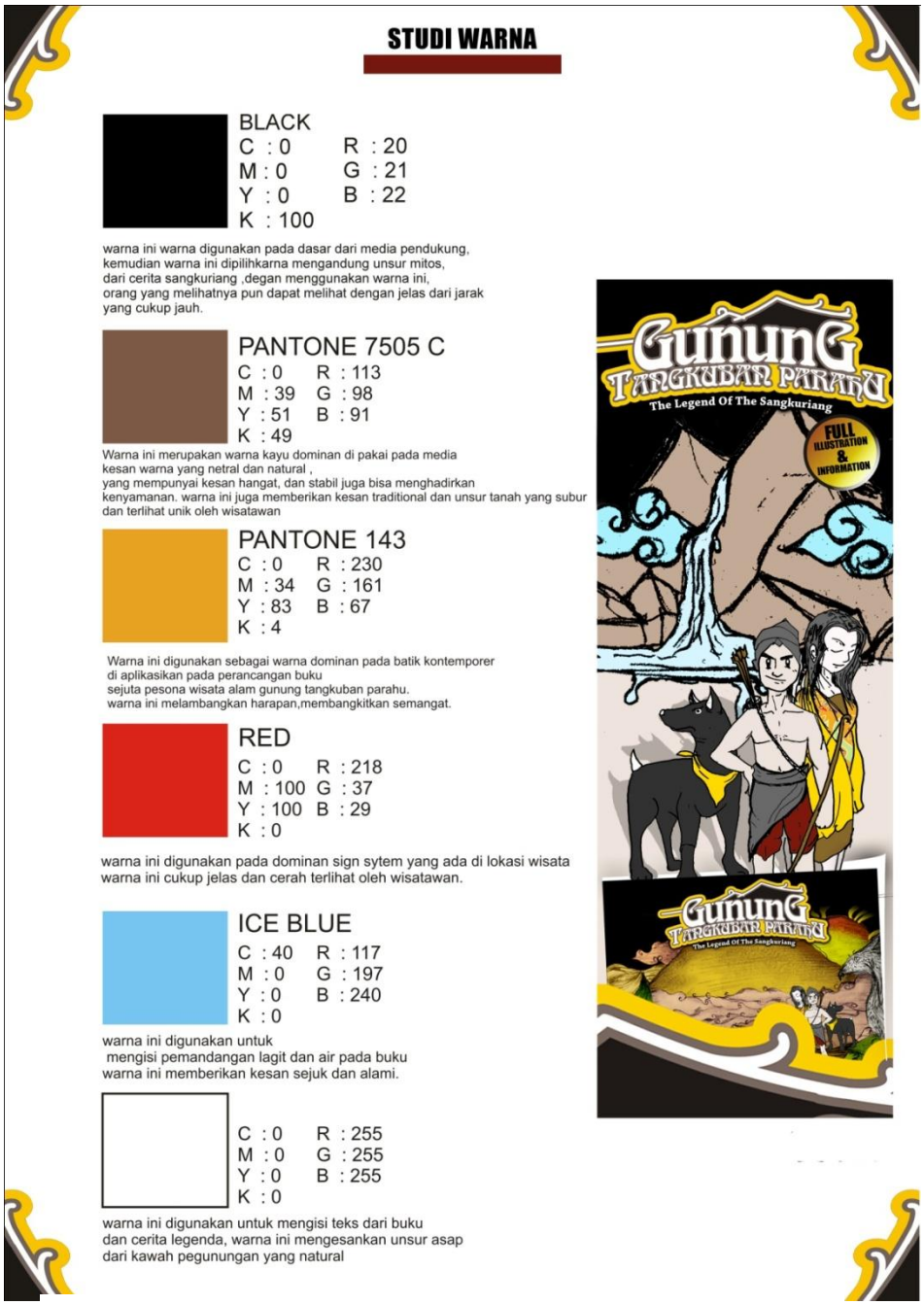
Gambar 21. Layout Peta isi Buku



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

BAB 4

TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1. Teknis Media

Dalam proses pembuatan media yang akan digunakan, penulis melakukan beberapa tahapan :

- Tahap Sketsa

  Tahap awal dari pembuatan media adalah proses pembuatan sketsa, yang berguna untuk mencari bentuk-bentuk objek yang akan diaplikasikan kedalam media. Proses pembuatan sketsa dilakukan dengan menggunakan pensil sebagai sarananya.

- Tahap Eksekusi Visual

  Setelah pembuatan sketsa, tahapan selanjutnya objek-objek yang telah disketsa dan ditebalkan outlinenya dengan spidol yang kemudian discan, diolah melaui proses digital dengan menggunakan software pengolah objek gambar.

- Tahap Perancangan

  Setelah selesai mengolah objek-objek utama media, tahapan selanjutnya adalah merancang media-media yang digunakan sesuai dengan konsep awal yang telah ditetapkan sebelumnya. Termasuk dalam tahap perancangan adalah proses pembutan *layout* media dan juga memasukan informasi yang akan disampaikan dalam media.

- *Finishing*

  Setelah mendapatkan tampilan media yang diharapkan, baru dilakukan proses cetak.

4.2 Teknis Produksi Media

Jenis media yang akan diproduksi adalah sebagai berikut :

Buku ilustrasi

- Ukuran : 29,7 x 20.5 cm
- Teknik : Cetak offset
- Bahan : *Art Paper* 140gr *Laminasi Glosi* (*cover, back cover*),

Stiker

- Ukuran : 10cm x 18 cm
- Teknis : Cetak Separasi
- Bahan : Kertas Stiker

Pembatas Buku

- Ukuran : 5cm x 23cm
- Teknis : Cetak Separasi
- Bahan : *Art Paper* 140gr

Poster

- Ukuran : A2 (42 Cm x 52.5 Cm)
- Teknis : Cetak offset
- Bahan : *Art Paper* 120 Gr

X- Banner

- Ukuran : 50 Cm x 120 Cm
- Teknis : Digital Printing
- Bahan : Poliposter Outdor Laminasi Gloosy

Spanduk

- Ukuran : 4 M x 60 cm
- Teknis : Digital printing
- Bahan : Pronlite Outdor

Flyer

- Ukuran : 6 Cm x 18 Cm
- Teknis : Cetak Sparasi
- Bahan : *Art Paper* 100 Gr

Display buku

- Ukuran : di sesuaikan oleh toko buku
- Teknis : cetak offset,cutting
- Bahan : Duplex, stiker,

Billboard

- Ukuran : 4meter X 2,5 meter
- Teknis : Digital Printing
- Bahan : Pronlite Outdor

4.3. Spesifikasi Hardware dan Software

4.3.1 Spesifikasi Hardware

Pentium(R) Dual-Core CPU E2210 @ 2.20GHz, Memory / RAM 2 GB, Video Card ATI Radeon HD 3600 Series Memory 512 Mb

4.3.2 Spesifikasi Software

Perangkat lunak yang digunakan adalah Adobe Photoshop cs4, Corel X4, Microsoft Office Word dan Power Poin.