BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan media promosi andong Jogja sebagai daya tarik pariwisata di Yogyakarta ini, meliputi beberapa tahapan sehingga promosi yang dilakukan menarik perhatian kepada target sasaran yang sedang berlibur di Kota Yogyakarta, untuk menikmati liburan pariwisata Yogyakarta dengan menggunakan andong sebagai sarana untuk menjelajahi pariwisata Yogyakarta.

3.2. Strategi Komunikasi

Dalam perancangan media promosi yang akan dilakukan, strategi komunikasi mempunyai peranan penting, agar pesan dan kesan yang menjadi informasi dapat disampaikan kepada target sasaran, agar dapat diterima dan dimengerti dengan baik, serta memiliki kesan ketertarikan untuk berkunjung ke Yogyakarta, untuk menikmati liburan Wisata Yogyakarta dengan kendaraan andong Jogja.

Perancangan media promosi ini mengambil dari segi keunikan, ciri khas baik dari andong itu sendiri ataupun segalahal yang berhubungan dengan Yogyakarta.

3.2.1. Tujuan Komunikasi

Perancangan media promosi ini bertujuan agar menarik perhatian dari para wisatawan, sehingga meningkatkan pariwisata Kota Yogyakarta. Keberadaan andong akan terjaga kelestariannya sejalan dengan meningkatnya pariwisata Yogyakarta.

3.2.2. Pesan Utama/Tema

Pesan utama yang disampaikan dari perancangan media promosi andong ini adalah, ajakan kepada wisatawan untuk menaiki

andong Jogja, sebagai alat transportasi untuk menjelajahi wisata yang ada di Yogyakarta.

3.2.3. Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan berupa mempromosikan andong Jogja dengan sedemikian rupa sehingga target sasaran akan mudah untuk melihatnya dan akan menarik perhatian masyarakat dengan menawarkan tempat-tempat pariwisata Yogyakarta seperti:

- Wisata Budaya
- Wisata Pendidikan
- Wisata Belanja
- Wisata Kuliner
- Hiburan dan Rekreasi
- Minat Khusus

3.3. Strategi Kreatif

Proses strategi kreatif perancangan promosi andong sebagai daya tarik pariwisata di Yogyakarta, terbagi kedalam beberapa tahapan:

3.3.1 Pesan Kreatif

Melihat dari pesan utama yang disampaikan mengenai ajakan kepada wisatawan untuk menaikia andong Jogja, maka dari sinilah kemudian pesan itu dikembangkan menjadi suatu pesan kreatif yang ditujukan kepada target sasaran atau wisatawan, yaitu: “Andong Jogja Jelajah Wisata Yogyakarta.”

3.4. Strategi Media

Strategi media yang akan digunakan, dalam perancangan media promosi andong sebagai daya tarik pariwisata di Yogyakarta adalah dengan media promosi, terbagi menjadi media utama dan media pendukung. Media utama adalah media yang memimpin atau diutamakan dalam sebuah

promosi, sedangkan media pendukung adalah media-media yang bersifat menunjang atau melengkapi, agar media yang disampaikan dapat tersampaikan informasinya.

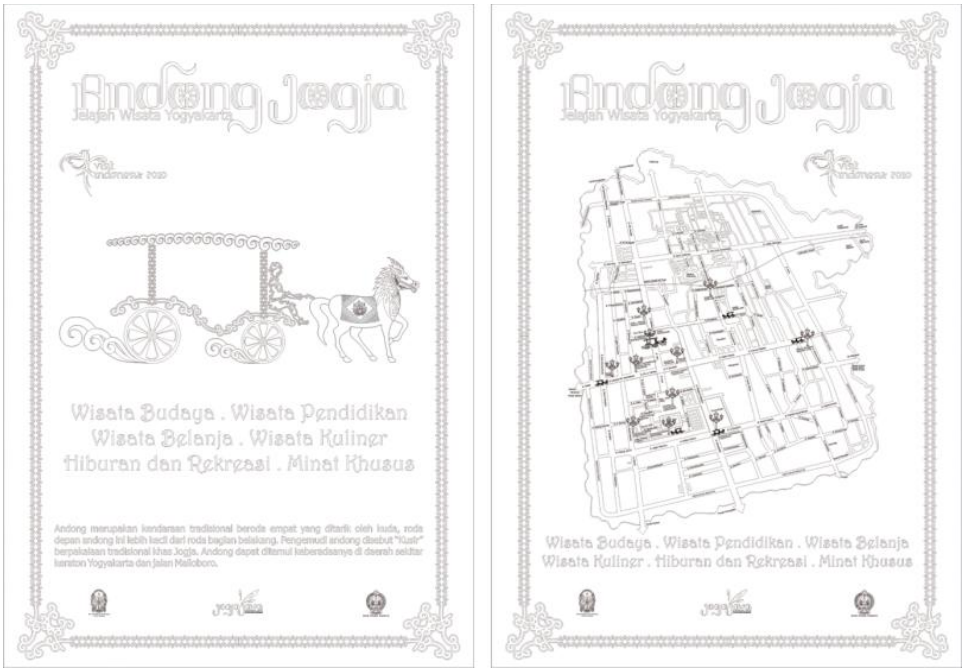
3.4.1. Pemilihan Media

Media yang digunakan dalam penyampaian promosi mengenai andong Jogja yang dibuat menggunakan beberapa media diantaranya:

1. Media utama

Media utama promosi berupa poster dan buku panduan wisata, karena poster dan buku panduan wisata berguna memperkuat promosi dari andong Jogja itu sendiri walaupun dengan mencakup pesan yang singkat dan jelas bisa tersampaikan informasinya.

- Poster 1 dan Poster 2

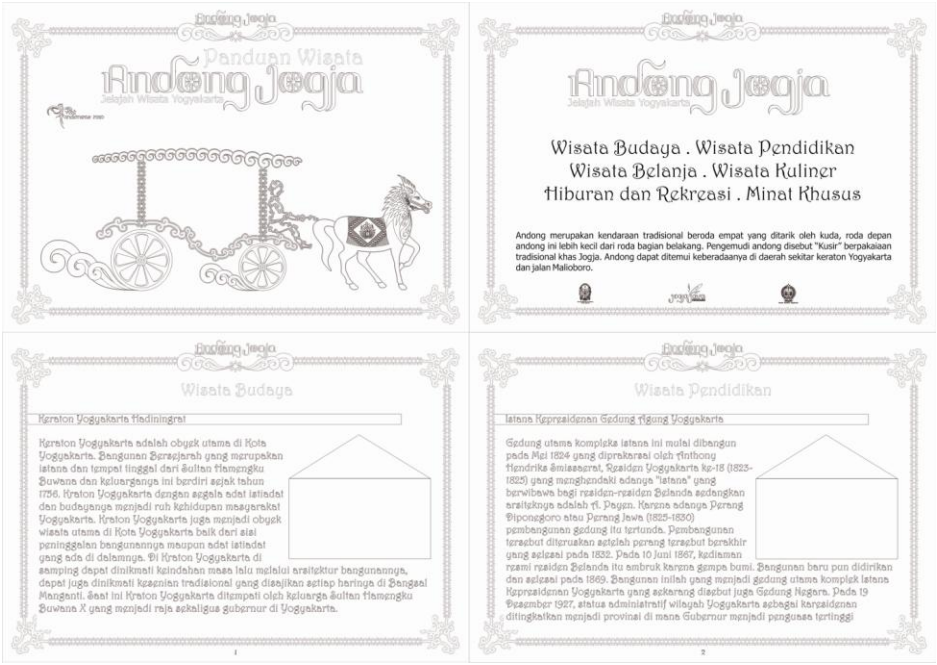


Gambar III.1. Sketsa Poster 1 dan Poster 2

Media poster terdiri dari teks dan elemen visual, selain itu ada juga poster yang berisi seluruhnya teks atau seluruhnya visual. Poster

dirancang untuk menarik perhatian sekaligus menyampaikan informasi.

- Buku panduan wisata Yogyakarta



Gambar III.2. Sketsa Buku Panduan Wisata Yogyakarta

Media buku panduan wisata adalah bentuk media cetak yang berukuran 21 x 14.8 cm, dengan jenis layout, terdiri dari teks dan elemen visual. Buku panduan wisata ditawarkan kepada target sasaran yang berisi informasi tempat-tempat pariwisata Yogyakarta untuk menyampaikan informasi.

2. **Media pendukung**

Media pendukung adalah media-media yang bersifat menunjang atau melengkapi, agar media yang disampaikan dapat tersampaikan informasinnya.

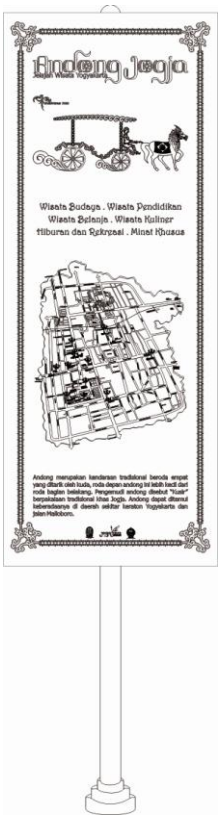
- Spanduk



Gambar III.3. Sketsa Spanduk

Media spanduk ini akan ditempatkan di dalam stasiun kereta api tugu Yogyakarta yang akan banyak dikunjungi oleh target sasaran saat kedatangan ke Yogyakarta, supaya bisa langsung dilihat para target sasaran, agar informasinya tersampaikan.

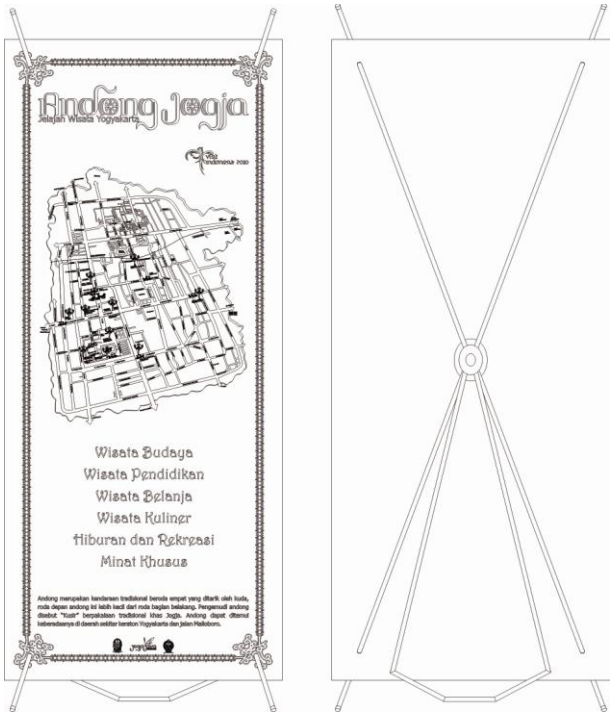
- Umbul-umbul



Gambar III.4. Sketsa Umbul-umbul

Media umbul-umbul ini dipasangkan dipinggir-pinggir jalan dan jalan Malioboro Yogyakarta.

- *X-banner*



Gambar III.5. Sketsa *X-banner*

Media *x-banner* ini merupakan media pendukung yang berguna untuk memperkuat akan keberadaan andong Jogja.

- Selebaran



Gambar III.6. Sketsa Selebaran

Media selebaran ini mudah diakses dan mudah sekali disebarluaskan karena memiliki ukuran yang kecil namun membuat pesan yang cukup tersampaikan.

- *Bus Id*



Gambar III.7. Sketsa *Bus Id*

Media ini ditempel di kaca belakang bus, karena didalamnya dapat pemahaman mengenai andong Jogja, agar pesan yang di informasikan tersampaikan.

- *Shopping Bag*



Gambar III.8. Sketsa *Shopping Bag*

Shopping bag merupakan sejenis tas belanja yang terbuat dari kertas, didalamnya terdapat pemahaman mengenai andong Jogja, agar pesan yang disampaikan tersampaikan.

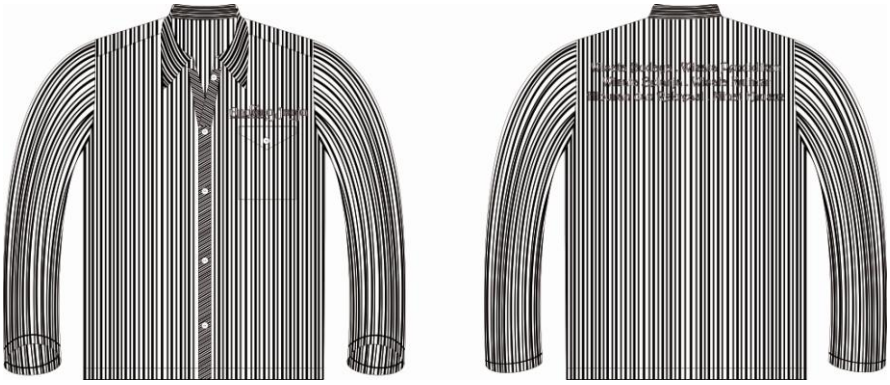
- Baju Kaos



Gambar III.9. Sketsa Baju Kaos

Baju kaos akan di berikan kepada para kusir andong Jogja, ini hanyalah merchandise sebagai perwujudan ikut berpartisipasi dalam mempromosikan andong Jogja.

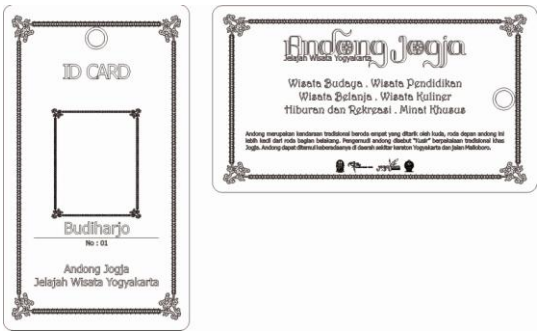
- Baju Seragam Pakaian Kusir



Gambar III.10. Sketsa Baju Seragam Pakaian Kusir

Seragam pakaian kusir akan di berikan kepada para kusir andong Jogja untuk dipakai agar terihat keseragaman dan identitas para kusir andong sebagai perwujudan ikut berpartisipasi dalam mempromosikan andong.

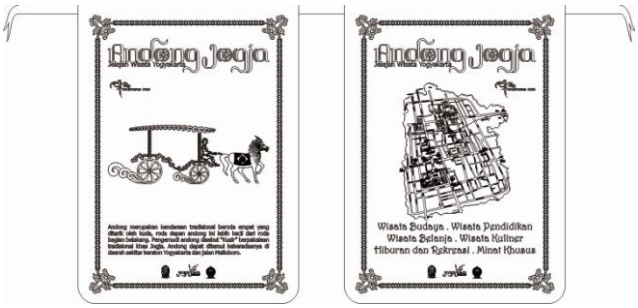
- *Id-card*



Gambar III.11. Sketsa *Id-card*

Merupakan identitas diri atau sebagai tanda pengenal para kusir andong Jogja.

- *Flag Chain*



Gambar III.12. Sketsa *Flag Chain*

Media yang digantung untuk menambah daya tarik keberadaan andong.

- Topeng/tutup Kepala Kuda



Gambar III.13. Sketsa Topeng/tutup Kepala Kuda

Merupakan identitas tutup kepala kuda andong Jogja, agar terlihat keseragaman pada kuda.

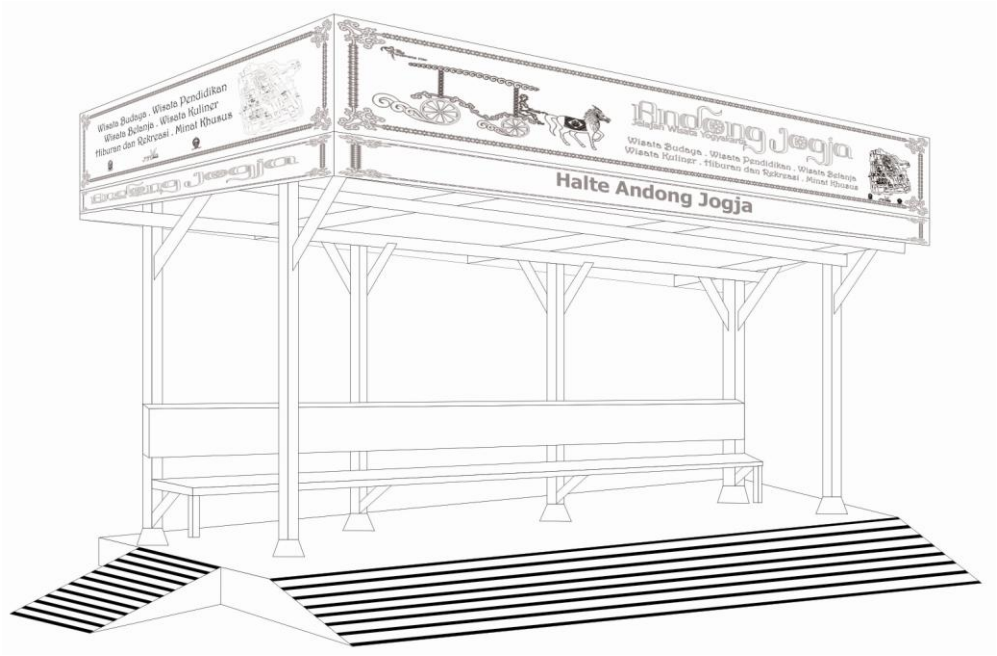
- Stiker/pelekat



Gambar III.14. Sketsa Stiker/pelekat

Media stiker/pelekat ini adalah gambar pada kertas perekat yang dapat diletakkan pada benda lain seperti; (kertas, kaca, kin, dan sebagainya).

- Halte Andong

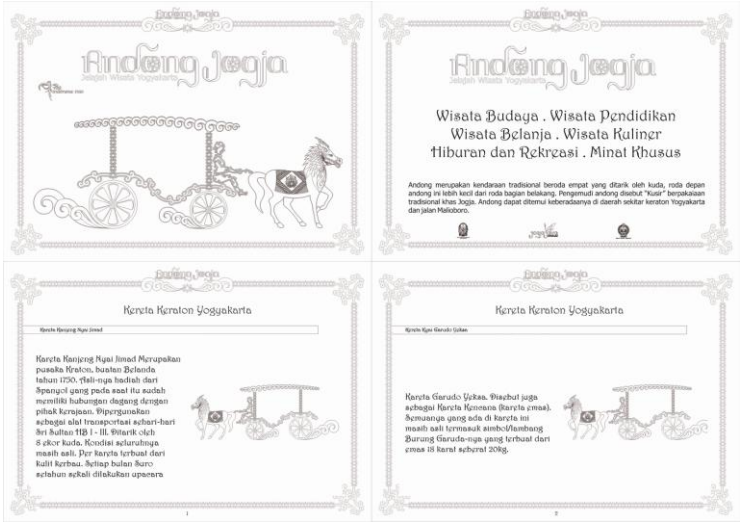


Gambar III.15. Sketsa Halte Andong

Halte andong merupakan identitas tempat keberadaan andong agar penumpang mempermudahkan untuk menaiki andong.

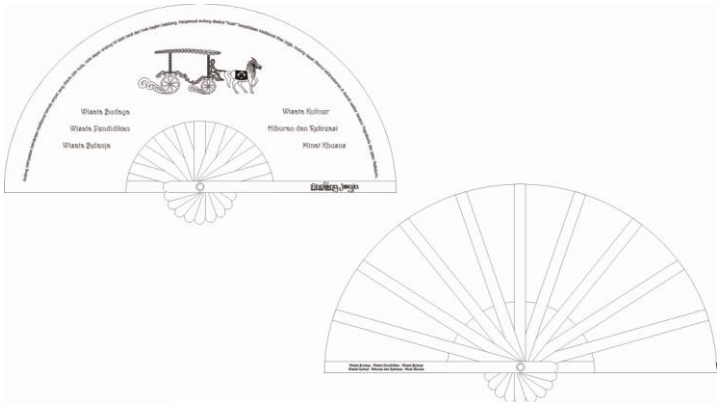
3. Media *Gimmick*

- Buku Panduan Kereta Yogyakarta



Gambar III.16. Sketsa Buku Panduan Kereta Yogyakarta

- Kipas



Gambar III.17. Sketsa Kipas

3.4.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Dalam menyusun strategi penyebaran media promosi perlu dipertimbangkan apa saja hal-hal yang mendasari atas dipromosikannya andong Jogja.

Letak lokasi andong Jogja berada dijalan Malioboro Yogyakarta, namun dengan adanya pula maka tidak menutup kemungkinan andong Jogja bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

Penyebaran promosi akan dilakukan didaerah andong Jogja yang terletak dijalan Malioboro Yogyakarta, sebagai sosialisasi untuk masyarakat sekitar. Setelah dilakukan penyebaran media dilakukan di daerah lokasi, maka akan dilakukan pula promosi kembali secara bertahap keluar dari jalan Malioboro Yogyakarta, dengan tujuan menginformasikan andong Jogja.

3.4.3. Jadwal Penyebaran Media

Penyebaran media promosi dilakukan sepanjang bulan Agustus hingga bulan Desember dengan harapan peminat meningkat dikarenakan adanya Hari Raya Idul Fitri dan Natal, dan biasanya pada hari-hari besar tersebut tingkat aktivitas liburan seseorang akan meningkat juga.

No	Media	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1.	Poster	✓	✓			
2.	Buku Panduan Wisata			✓	✓	✓
3.	Spanduk	✓	✓			
4.	Umbul-umbul			✓	✓	✓
5.	*X-banner*			✓	✓	✓
6.	Selebaran		✓	✓		
7.	*Bus Id*		✓	✓		
8.	*Flag Chain*			✓	✓	✓
9.	Stiker/pelekat			✓	✓	
10.	*Gimmick*			✓	✓	✓

Gambar III.18. Jadwal Penyebaran Media

3.5. Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan promosi andong Jogja adalah pendekatan budaya yaitu mengambil motif pengayaan batik Yogyakarta. Hal tersebut terdiri dari beberapa penjelasan konsep dengan menggunakan format desain, layout, tipografi, ilustrasi dan warna.

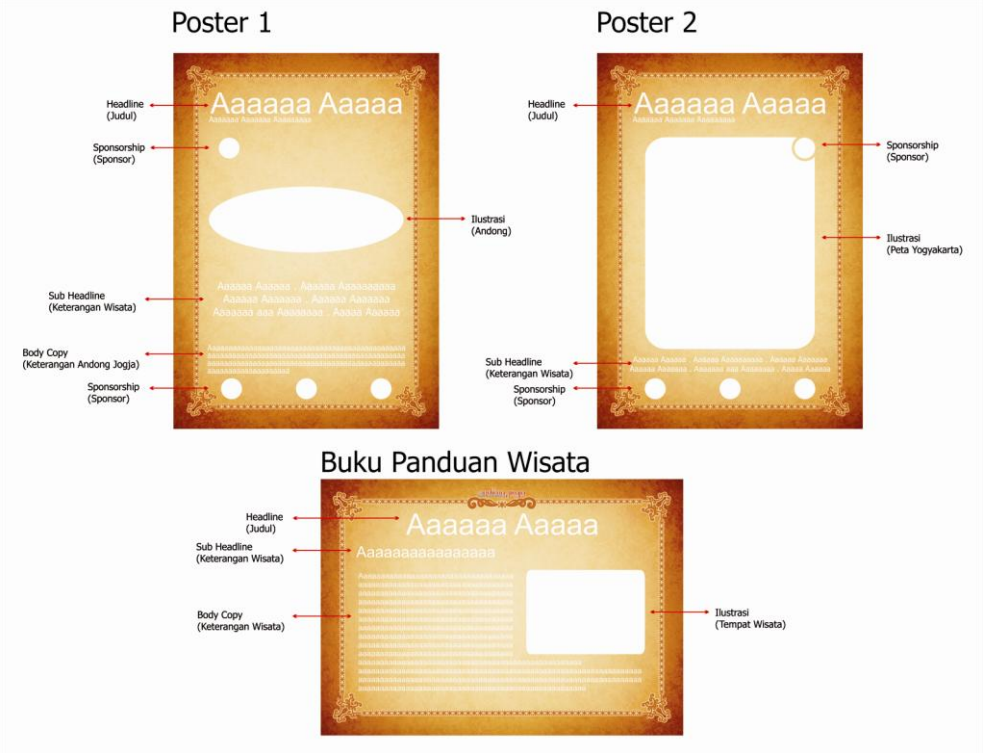
3.5.1. Format Desain

Format desain yang digunakan dalam pembuatan media promosi andong, adalah media utama dan media pendukung, dengan memasukkan gambar dan teks, diharapkan informasi dari promosi ini

bisa sampai ke target sasaran agar lebih fokus pada informasi yang disampaikan.

3.5.2. Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik, hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang, tujuan utama adalah menampilkan elemen gambar dan teks promosi agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disampaikan/disajikan.



Gambar III.19. Layout

3.5.3. Tipografi

Beberapa jenis huruf *(font)* yang digunakan dalam pembuatan promosi ini huruf yang digunakan adalah huruf Aksara Jawa, Harrington, Tahoma, disesuaikan dengan kebutuhan untuk mendukung pencitraan dan maksud yang diinginkan.

- Aksara Jawa

Huruf Aksara Jawa digunakan sebagai *headline* yang telah dimodifikasi “Andong Jogja.” Huruf aksara Jawa yang telah dimodifikasi huruf ini memiliki keterbacaan yang jelas, dan mempunyai komposisi yang sangat padat, kokoh dan kuat.





- Harrington

Huruf Harrington digunakan pada sub *headline*, huruf ini mempunyai karakteristik pendekatan dengan penggayaan Batik Jogja.

Wisata Budaya . Wisata Pendidikan

Wisata Belanja . Wisata Kuliner

Hiburan dan Rekreasi . Minat Khusus

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890,./;()

- Tahoma

Huruf Tahoma digunakan pada isi pesan perancangan media perancangan media promosi andong sebagai daya tarik pariwisata Yogyakarta Yang berisi tentang “Jelajah Wisata Yogyakarta”, huruf

ini memiliki keterbacaan yang jelas, dan mempunyai komposisi yang sangat padat, kokoh dan kuat, diharapkan supaya para Target sasaran mampu membaca dengan jelas, baik dari jauh maupun jarak dekat.

Jenis huruf yang di gunakan:

Jelajah Wisata Yogyakarta

Andong merupakan kendaraan tradisional beroda empat yang ditarik oleh kuda, roda depan andong ini lebih kecil dari roda bagian belakang. Pengemudi andong disebut “kusir” berpakaiaan tradisional khas Jogja, andong dapat ditemui keberadaanya di daerah sekitar keraton Yogyakarta dan jalan Malioboro.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890,./;()

3.5.4. Ilustrasi

Ilustrasi vektor yang digunakan berguna untuk memperjelas dan mempertegas pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan media promosi wisata, objek yang diambil yaitu: Batik truntun sri kuncoro, batik ceplok kasatrian, batik parang rusak barong, batik semen gurda, batik semen romo sawat gurdo cantel, yang mewakili kesan klasik dan tradisional. Ilustrasi berupa gambar andong dengan penggayaan gambar seperti memasukkan motif batik, merupakan tema dari promosi andong Jogja jelajah wisata Yogyakarta, seperti:

a) Batik Khas Yogyakarta

- **Batik Truntun Sri Kuncoro.**

  Motif batik diambil dari hasil buku katalog batik khas Yogyakarta, dengan Filosofi: Batik truntun sri kuncoro berarti menuntun. Memiliki bentuk dan perpaduan warna yang bagus sehingga memudahkan penempatannya pada setiap media.



Gambar III.20. Batik Truntun Sri Kuncoro

- **Proses Struktur Andong**

  Batik diseleksi terlebih dahulu melalaui proses kemudian diambil pengayaan seperti, garis lengkung, lurus, diambil sesuai kebutuhan lalu dibentuk menjadi sebuah struktur bagian andong, kemudian di bentuk dengan pengayaan. Seperti yang ada dibawah ini.



Gambar III.21. Proses Struktur Andong

- **Batik Ceplok Kasatrian dan Batik Parang Rusak Barong.**

  Motif batik diambil dari hasil buku katalog batik khas Yogyakarta, dengan Filosofi: Batik ceplok kasatrian berarti gagah. Filosofi: Batik parang rusak barong

berarti kekuatan. Memiliki bentuk dan perpaduan warna yang bagus sehingga memudahkan penempatannya pada setiap media.



Gambar III.22. Batik Ceplok Kasatrian dan Batik Parang Rusak Barong

- **Proses Pelapik Kuda**

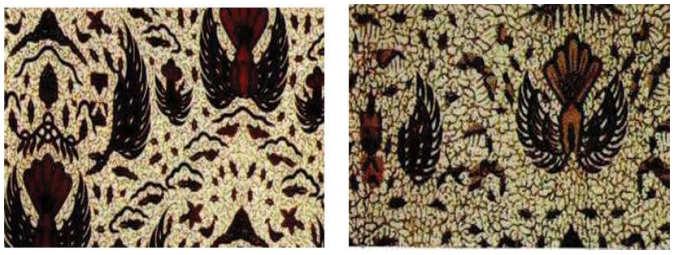
  Batik yang sudah diambil motif dan strukturnya seperti mengambil pengayaan garis melengkung, lurus, dan bulat, melalui proses kemudian ditata sedemikian rupa sehingga menjadi bentuk Kotak yang dipasangkan di punggung kuda, kemudian di bentuk dengan pengayaan. Seperti yang ada dibawah ini:



Gambar III.23. Proses Pelapik Kuda

- **Batik Semen Gurda dan Batik Semen Romo Sawat Gurdo Cantel.**

  Motif batik diambil dari hasil buku katalog batik khas Yogyakarta, dengan Filosofi: Batik semen gurda berarti berwibawa. Filosofi: Batik semen romo sawat gurdo cantel, berarti Mendapatkan berkah Tuhan. Memiliki bentuk dan perpaduan warna yang bagus sehingga memudahkan penempatannya pada setiap media.



Gambar III.24. Batik Semen Gurda dan Batik Semen Romo Sawat Gurdo Cantel

- **Proses Struktur Kuda**

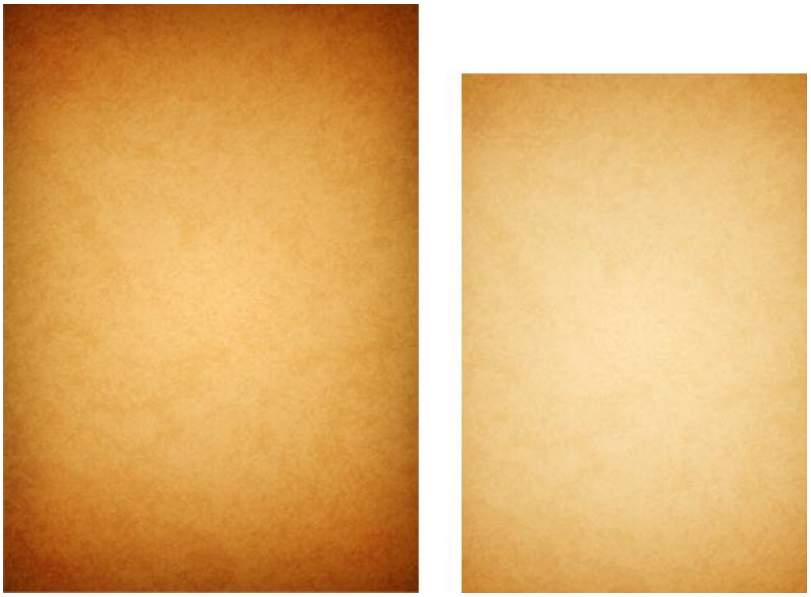
  Batik diseleksi terlebih dahulu, kemudian diambil pengayaan motif dan strukturnya kemudian dapatlah pengayaan seperti, garis melengkung, bulat, dengan melalui proses kemudian didapatkan pengayaan seperti gambar struktur kuda, kebutuhan merancang kemudian di bentuk dengan pengayaan. Seperti yang ada dibawah ini.



Gambar III.25. Proses Struktur Kuda

b) Tekstur

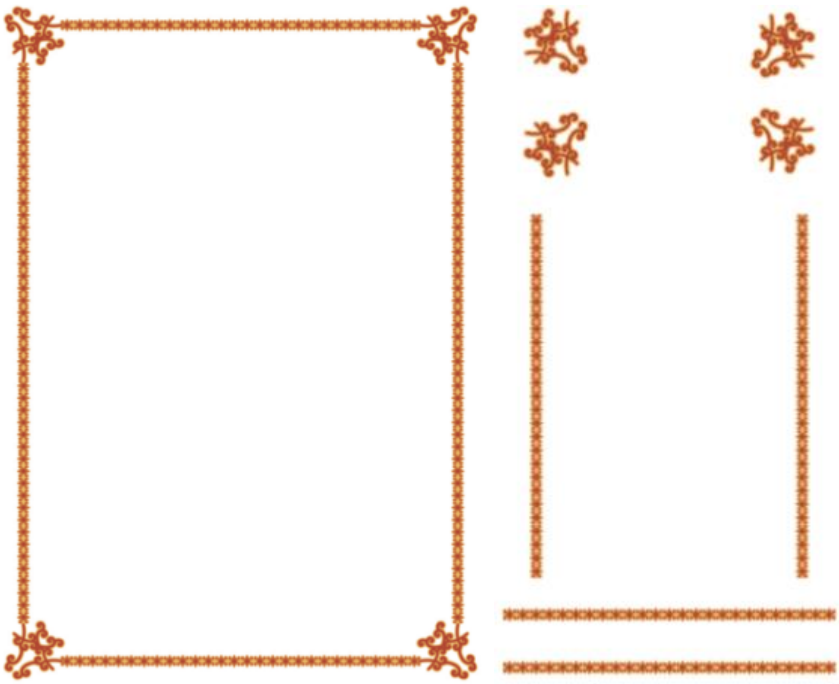
Tekstur yang dipergunakan adalah tekstur kertas berwarna putih, yang diberikan efek-efek tambahan, sperti bercak disetiap bidangnya agar berkesan klasik dan tradisional guna menunjang kebutuhan dalam merancang media, tekstur ini berguna sebagai background atau latar belakang dari objek yang digunakan.



Gambar III.26. Tekstur

c) Bingkai

Bingkai yang dipergunakan adalah pengabungan dari motif Batik truntun sri kuncoro, yang ditata menyerupai bigkai agar berkesan klasik dan tradisional.

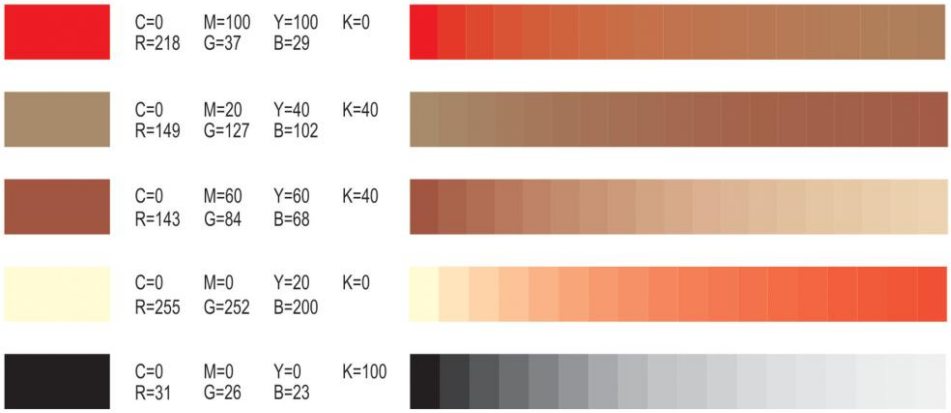


Gambar III.27. Bingkai

3.5.5. Warna

Warna bisa memicu respon yang sangat berpengaruh dalam sistem saraf pusat dan daya ingat otak, warna dapat mengaktifkan pikiran, memori, dan persepsi tertentu, daya tarik yang kuat dan menciptakan makna tersendiri, warna dapat dipengaruhi gaya, trend, dan pengalaman estetis. Warna juga dapat membangkitkan rasa takjub, bosan, ataupun semangat pada objek. Dengan mempertimbangkan keharmonisan warna-warna yang digunakan. Adapun warna-warna yang digunakan dalam pembuatan perancangan media promosi andong sebagai daya tarik pariwisata Yogyakarta, adalah:

- Merah bermakna berani penuh semangat, agresif, memicu emosi, dan menarik perhatian. Secara positif, warna merah mengandung arti cinta, gairah, berani, kuat, agresif, merdeka, kebebasan, dan hangat. Warna merah ini digunakan sebagai *headline* identitas promosi.
- Coklat, warna yang baik untuk latar belakang dalam suatu disain, agar terlihat klasik dan tradisional.
- Merah kecoklatan, warna yang digunakan dalam pewarnaan ilustrasi andong Jogja dengan mengambil unsur warna batik Yogyakarta.
- Kuning Muda, warna yang digunakan dalam pewarnaan ilustrasi andong Jogja dengan mengambil unsur warna batik Yogyakarta.
- Hitam bermakna mempesona, kuat, agung, teguh, dan berkarakter, warna ini digumanakan untuk *sub headline* dan *body text* untuk keterangan promosi andong Jogja.



Gambar III.28. Warna