BAB III

KONSEP PERANCANGAN VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Menyampaikan informasi sekaligus promosi berbentuk katalog yang didalamnya terdapat berbagai informasi mengenai hal-hal atau fasilitas yang terdapat di wisata seperti : Taman kupu kupu itu sendiri, Ruang serba guna, Taman bermain dan kafetaria pada area wisata. Perancangan katalog di buat diharapkan mampu menarik pengunjung juga memberikan informasi kepada pengunjung dalam mengetahui fasilitas yang ada pada objek wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang.

3.2 Strategi Komunikasi

Strategi yang akan dilakukan yaitu membuat target sasaran melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media informasi dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat dan juga visual yang menarik, namun bersifat faktual (mengacu pada fakta-fakta yang ada dan yang terjadi) juga dapat dimengerti target sasaran, dan yang paling penting adalah menyebarkan informasi pada tempat yang tepat.

Strategi komunikasi yang dilakukan, yaitu:

- Menampilkan berbagai jenis kupu kupu sebagai media informasi untuk anak sekaligus media promosi. Dengan kemasan yang menarik.
- Menampilkan berbagai fasilitas yang ada di Taman Kupu kupu Cihanjuang secara lengkap.
- menggunakan pendekatan bahasa dan visual yang menarik, sehingga target market tertarik untung mengunjungi tempat ini.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

3. 2. 1 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan media informasi dan promosi yang berupa katalog penulis merancang petunjuk-petunjuk mengenai fasilitas yang terdapat di Taman Kupu kupu Cihanjuang. Bentuk visual dan ilustrasi *katalog* yang disesuaikan dengan konsep kupu kupu merupakan teknik yang digunakan penulis dalam perancangan media promosi ini.

Tujuan perancangan media promosi katalog ini adalah:

1. Memberikan informasi kepada pengunjung mengenai informasi, fasilitas serta yang berada di objek wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang.
2. Menjadikan kawasan wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang sebagai kawasan wisata yang menarik dan lengkap.

3. 2. 2 Pesan Utama

" Ayo kenali aneka macam kupu kupu yang ada di Indonesia".

3. 2. 3 Materi Pesan

Tujuan perancangan media informasi dan promosi ini adalah untuk kalangan orang tua, khususnya anak. Materi yang disampaikan adalah mengenai fasilitas yang ada dan mengenai ragam kupu kupu itu sendiri.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

3.3 Strategi Kreatif

Media yang digunakan oleh penulis adalah informasi dan promosi yang berupa katalog, dan didalamnya terdapat informasi mengenai fasilitas dan ragam kupu kupu. Penulis merancang katalog pada obyek wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang disesuaikan dengan ciri khas, segmentasi, dan unsur-unsur pada wisata itu sendiri yaitu Taman dan Kupu kupu, Dengan konsep yang sudah ada diharapkan dapat selaras dengan karakter obyek wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang dan yang sangat penting adalah pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah.

3. 3. 1 Pendekatan Kreatif

Dalam merancang media informasi dan promosi yang berbentuk katalog ini penulis menggunakan elemen-elemen Taman dan kupu kupu yang menjadi ciri khas wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang yang kemudian disederhanakan secara visua.

Pendekatan Visual *yang digunakan :*

1. Pemakaian bentuk yang sesuai dengan tempat/objek yang ada pada tempat wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang.
2. Penggunaan media apliksasi katalog yang disesuaikan dengan konsep tempat wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang.

3. 4 Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam perancangan informasi dan promosi Wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang digunakan Katalog dengan segmentasi orang tua dan anak. Panduan katalog yang berisi informasi dan fasilitas lengkap pada Objek Wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang diisi dengan konsep pembuatan *katalog*itu sendiri.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

Dalam hal ini digunakan teori media untuk perancangan yang menggunakan media primer dan sekunder. Media primer adalah media utama dalam media informasi promosi ini, sedangkan media sekunder adalah media yang bersifat melengkapi atau menunjang media utama.

3.4.1 Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan informasi dan promosi ini adalah:

Media Utama berupa katalog

Perancangan katalog ini yaitu memudahkan pengunjung untuk mengetahui fasilitas yang ada di objek wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang, perancangan katalog ini diharapkan mampu membantu memudahkan pengunjung untuk menuju fasilitas yang mereka inginkan.

3.4.2 Media Pendukung

1. Poster adalah media yang efektif untuk melakukan promos karena poster dapat disebar secara luas dan dapat menampung informasi secara padat dan jelas. Poster cocok untuk ditempatkan dipapan pengumuman sekolah-sekolah dasar untuk menarik perhatian anak-anak dan guru sekolah yang menjadi arahan segmentasi. Selain itu harga media ini relatif murah. Poster juga dapat ditempatkan di tempat khusus yang terdapat ditoko-toko buku, mading swalayan atau pun tempat-tempat umum yang menyediakan fasilitas papan pengumuman.
2. *Flyer* adalah media cetak yang memiliki jangkauan yang lebih spesifik karena *flyer* ini dibagikan kepada orang-orang secara

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

personal. *Flyer* memiliki ukuran yang dapat memudahkan orang membawa-bawanya dan mulai membaca informasinya saat bersantai.

Flyer sangat effektif karena dapat dibagikan pada saat bubaran sekolah dasar atau pada saat konsumen keluar-masuk ke toko buku.

Flyer juga ditempatkan didekat tempat pembelian tiket masuk Taman Kupu-Kupu agar pengunjung dapat mengambilnya pada saat melakukan pembelian tiket.

3. Souvenir

   Souvenir adalah media pendukung yang fungsinya sebagai salah satu media penarik perhatian karena memiliki bentuk yang unik. Souvenir ini diberikan pada pengunjung Taman Kupu Kupu Cihanjuang secara gratis saat masuk membeli tiket:

   a. Kacamata
   b. Topi
   c. Tas jinjing
   d. Pin
   e. Bross

4. *Merchandise* adalah media sekunder yang dijual untuk mendukung proses promosi. Media ini sangat membantu untuk menarik perhatian target sasaran melalui objek-objek khusus, seperti membuat item-item unik diantaranya :

   a. Gelang
   b. *Paper Toy* (Mainan Kertas)
   c. Gantungan kunci

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

3. 5 Konsep Visual

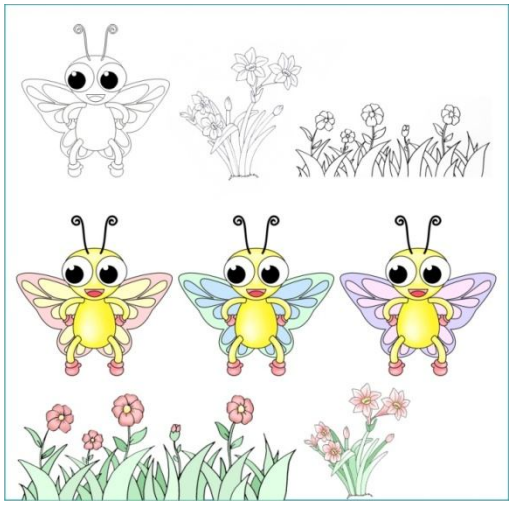
Dalam perancangan media informasi dan promosi katalog pada obyek wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang yang bersegmentasi orang tua dan anak, konsep visual yang digunakan adalah menyederhanakan objek kupu kupu Ornithoptera Priamus yang menjadi andalan dari Taman Kupu kupu Cihanjuang itu sendiri. Objek yang disederhanakan dan diharapkan dapat membuat pengunjung menjadi lebih tertarik. Dan penyederhanaan objek serta dibantu dengan penggunaan tipografi yang menunjang untuk mempermudah penyampaian informasi kepada target audiens.

3.5.1 Format Desain

Dalam perancangan media informasi promosi katalog tentang Taman Kupu kupu Cihanjuang yang bersegmentasi anak-anak usia 6-12 tahun, konsep visual yang dipilih penulis adalah bentuk kupu kupu yang disederhanakan dengan format yang memiliki ukuran sama sisi.

3.5.2 Karakter

Karakter yang dipilih menjadi konten dari katalog tersebut adalah Ornithoptera Priamus dan juga bentuk taman yang disederhanakan.



Gambar 3.5.2 Karakter

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

3.5.3 Tipografi

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

Pada perancagan media informasi promosi Taman Kupu kupu Cihanjuang ini, untuk *Headline* menggunakan karakter huruf dari penyederhanaan bentuk kupu kupu. Untuk *Bodytext/*naskah digunakan jenis tipografi *Tw Cen MT* (Custome), dan untuk judul dan *Tagline* menggunakan tipografi Grobol. Penulis memilih tipe huruf-huruf tersebut karena tipe huruf tersebut bisa mewakili identitas dan konsep desain dari promosi yang akan disampaikan dan memiliki tingkat keterbacaan yang sesuai dengan arah segmentasi dari buku tersebut.



Gambar 3.3 Jenis Huruf

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

3.5.4 Layout

Tata letak yang digunakan di objek wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang ini adalah tata letak yang dibuat untuk memudahkan pengunjung untuk menangkap pesan yang kita sampaikan melalui gambar dan tulisan.



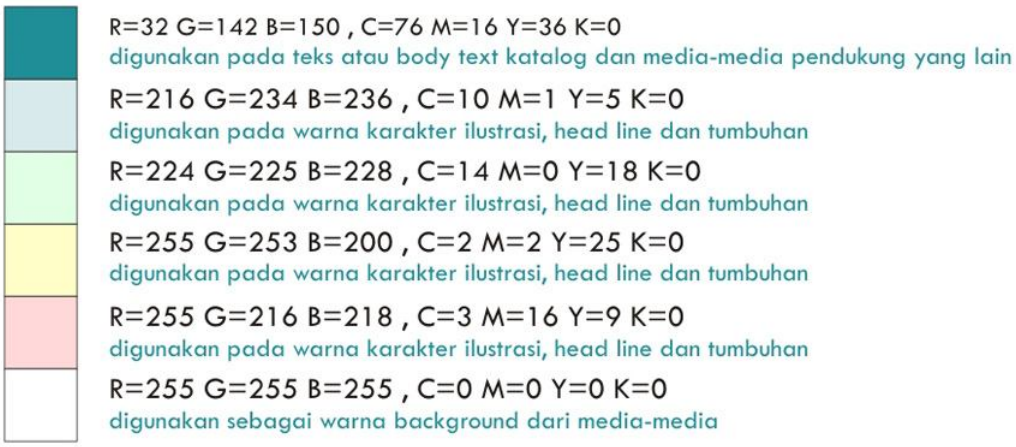
Gambar 3. 5.4 *Layout*

3. 5. 5 Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mampu mewakili suasana hati dan jiwa, Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam yang mampu menyentuh kepekaan penglihatan, sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih gembira, semangat dll.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

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 alam yang disesuaikan dengan konsep perancangan promosi katalog wisata Taman Kupu kupu Cihanjuang yaitu warna biru karena warna biru adalah warna yang melambangkan warna tenang, karena Taman Kupu kupu Cihanjuang merupakan objek wisata yang mengandalkan objek wisata yang dimana tempatnya jauh dari kebisingan.



Gambar 3. 5.5 Pemilihan Warna

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)