BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Peta kreatif yang dirancang akan menjadi media informasi untuk wisatawan yang nantinya efek kepada wisatawan tersebut adalah mereka mengetahui letak fasilitas umum. Media yang digunakan adalah sebuah informasi peta berukuran A2 yang disajikan di pintu masuk Bumi Perkemahan Kiara Payung. Selain itu juga akan disajikan pada media brosur sehingga dapat dibawa oleh wisatawan. Kedua media tersebut disajikan kepada wisatawan dengan teknis yang berbeda.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Perancangan peta kreatif ini untuk memenuhi kebutuhan informasi kepada wisatawan dengan segmentasi yang berbeda. Target audien pada perancangan peta kreatif ini adalah sebagai berikut:

- Demografi

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan.
Usia : 19-25 tahun (remaja).
Pendidikan : Sekolah Menengah Atas dan Mahasiswa.
Ekonomi : Wisatawan kelas menengah dan menengah keatas.

- Psikografi

Wisatawan dengan rentang usia tersebut memiliki sifat penyuka tantangan, egois, mudah beradaptasi dengan alam bebas.

- Geografi

Tempat : Daerah Pegunungan
Iklim : Tropis
Budaya : berbagai budaya.

- Perilaku berkunjung

Pemetaan dalam perilaku berkunjung seorang wisatawan berguna untuk mengetahui apa saja benda yang sering dijumpai dan digunakan pada saat kegiatan berlangsung. Berikut adalah pemetaan kunjungan wisatawan yang akan berkemah.

Tabel III.1 Pemetaan kunjungan
Sumber: Dokumen Pribadi

No	Waktu	Kegiatan	*Point of Contact*
1	14.00	Datang ke area berkemah	Tanah, pohon, tongkat
2	15.00	Membuat tenda	Tenda, tali tambang, kayu
3	16.00	Mencari air bersih	Ember, tali tambang,
4	17.00	Makan	Daun pisang, sendok, air.
5	19.00	Acara perkumpulan	*Speaker, mic*, kertas, kayu, terpal
6	21.00	Jurit malam	Kayu, senter,
7	23.00	Pelatihan fisik	Air, kayu, rumput, tanah
8	01.00	Tidur	Tenda, selimut, terpal
9	05.00	Bangun	Tenda
10	06.00	Makan	Daun pisang, sendok, air
11	08.00	pulang	Tanah, pohon, tongkat

Dari tabel diatas, diperoleh informasi apa saja hal yang sering dijumpai oleh wisatawan yang sedang berkemah seperti pohon, tongkat dan akses. Ini akan menentukan ditaruhnya media peta kreatif agar lebih efektif.

III.1.2 Strategi Komunikasi

- Strategi Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal akan mendekatkan kepada bahasa sehari hari yang digunakan. Bahasa indonesia adalah bahasa yang sangat tepat dalam strategi komunikasi verbal. Wisatawan akan merasa nyaman diberi informasi dengan bahasa sehari hari.

- Strategi Komunikasi Visual

Komunikasi visual pada perancangan peta kreatif ini akan bersumber pada objek-objek yang terdapat di Bumi Perkemahan Kiara Payung terutama objek yang sering disentuh atau digunakan oleh wisatawan yaitu pohon, daun, dan kayu. Objek yang tidak disentuh namun sering dilihat pun menjadi referensi komunikasi visual seperti langit, awan dan matahari.

III.1.3 Mandatory

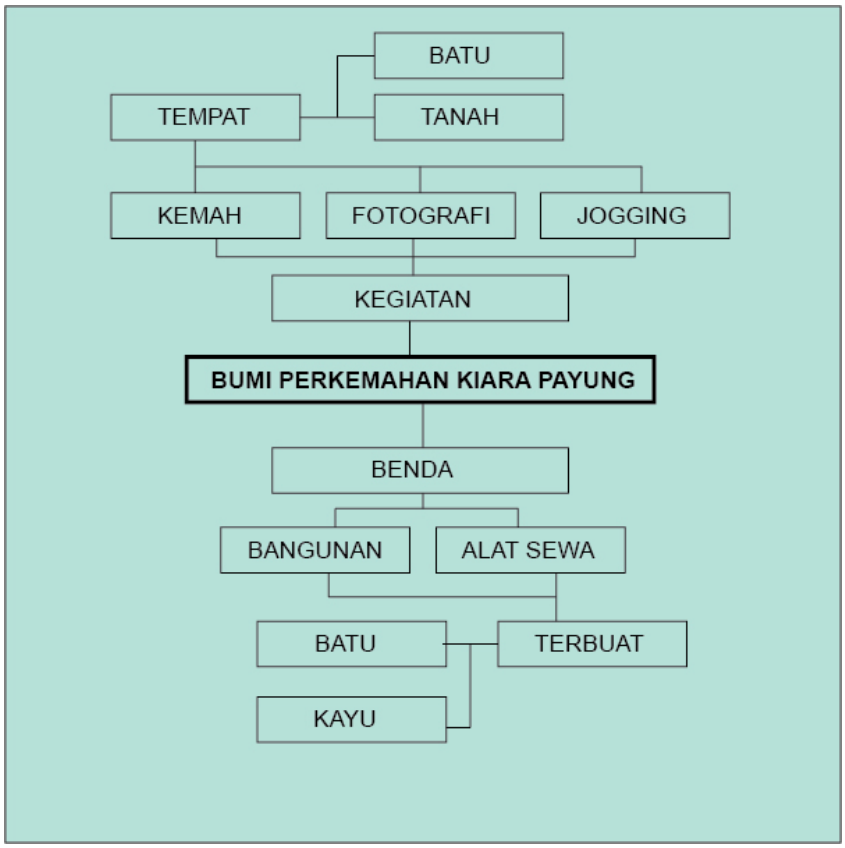
Perancangan peta kreatif di Bumi Perkemahan Kiara Payung ini bekerja sama dengan pihak-pihak yang memberikan fasilitas berupa sarana dan prasarana, juga keleluasaan waktu. Adapun pihak yang bersangkutan yaitu pengelola Bumi Perkemahan Kiara Payung.

III.1.4 Strategi Kreatif

Agar peta kreatif mampu menarik perhatian para wisatawan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai letak fasilitas umum, maka diperlukan strategi kreatif yang meliputi *mind mapping*, referensi, dan bentuk komunikasi.

- *Mind mapping*

Mind mapping mempermudah dalam menentukan gaya visual berdasarkan objek yang ada di dalamnya.



Gambar III.1 *mind mapping*
Sumber: Data Pribadi

Dari pemetaan diatas dapat disimpulkan bahwa kunci visual yaitu batu, kayu, dan tanah.

- Referensi

Referensi visual mengacu pada objek asli yang terdapat di Bumi Perkemahan Kiara Payung. Referensi visual ini akan menentukan jenis pohon yang akan digambarkan dan lain sebagainya.



Gambar III.2 Referensi Visual
Sumber: Data Pribadi

- Bentuk Komunikasi

Bentuk Komunikasi dalam perancangan peta kreatif ini menggunakan teori hirarki efek model AIDA (*attention,interest,desire,action*).

Tabel III.2 efek komunikasi
Sumber: Data Pribadi

TAHAPAN	*ATTENTION*	*INTEREST*	*DESIRE*	*ACTION*
PENERAPAN	Mengundang perhatian wisatawan.	Membawa pikiran wisatawan untuk mencari tahu.	Keinginan untuk pergi ke area yeng telah dilihat dalam peta.	Menjelajah ke setiap tempat tanpa kebingungan mencari fasilitas.

III.1.5 Strategi Media

Media yang akan dibuat dalam perancangan ini terbagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung.

- Media Utama

Media utama berupa papan informasi berukuran A2 dinilai sangat efektif dalam membantu wisatawan mencari fasilitas umum. Media tersebut dipasang di dekat gerbang masuk bumi perkemahan dan menjadi informasi pertama yang didapat oleh wisatawan saat pertama kali masuk ke area perkemahan

- Media Pendukung

Media pendukung merupakan kumpulan dari beberapa media yang dibuat untuk memberikan informasi mengenai keberadaan media utama. Media pendukung yang dibuat antara lain:

- Brosur

  Brosur merupakan media informasi cetak berupa kertas lipatan yang praktis dibawa kemanapun. Di dalamnya berisi informasi tentang profil Bumi Perkemahan, fasilitas dan hal-hal penting di dalamnya.

- *Flyer*

  Sama seperti brosur, *flyer* berisi informasi apapun tentang Bumi Perkemahan namun dibuat lebih sederhana berupa satu lembar kertas.

- Kartu Tanda Pengenal

  Untuk mengetahui identitas pengelola, kartu tanda pengenal dapat menjadi solusi efektif. Kartu tanda pengenal dibuat dengan satu lembar berukuran 10x6 cm yang dimasukan kedalam plastik kait dan dipasang di saku baju.

- Pin

  Pin merupakan penanda seseorang telah mengikuti suatu acara atau pernah bepergian ke suatu tempat tertentu. Pin dapat dibagikan kepada wisatawan Bumi Perkemahan Kiara Payung sebagai cenderamata telah berwisata disana.

- Botol Minuman

  Pada saat melakukan kegiatan di Bumi Perkemahan Kiara Payung, wisatawan memerlukan botol minuman untuk menyimpan air. Bentuk botol tersebut disesuaikan dengan tema objek wisata Bumi Perkemahan Kiara Payung.

- Gantungan Kunci

Gantungan kunci bisa diaplikasikan sebagai cenderamata telah berkunjung ke Bumi Perkemahan Kiara Payung. Gantungan kunci pun banyak digunakan untuk hiasan kunci rumah dan kunci kendaraan.

- Stiker

Media stiker merupakan media yang dapat dipasang di semua tempat dengan cara menempelkan bagian perekat ke benda yang diinginkan. Dalam stiker itu akan ditampilkan peta kreatif dan judul Bumi Perkemahan Kiara Payung sehingga orang yang melihat pun akan langsung tahu.

- Akun Media Sosial

Pada era modern seperti saat ini, media sosial menjadi situs yang sering dikunjungi masyarakat terutama para remaja. Keberadaan akun media sosial mengenai Bumi Perkemahan Kiara Payung akan sangat efektif tersampaikan kepada masyarakat ditambah lagi dengan akses yang begitu mudah untuk mendapatkan informasi tersebut.

- Kalender

Media berupa kalender berisikan tanggal dan tahun. Kalender akan dilihat ketika ingin mengetahui hari-hari besar maupun hari libur nasional. Dengan memberikan informasi Bumi Perkemahan Kiara Payung pada kalender tersebut, maka masyarakat secara tidak langsung akan mengetahui hal-hal mengenai Bumi Perkemahan Kiara Payung.

- Kemasan botol air mineral

Kemasan merupakan pelindungbagi sebuah produk selain pelindung, kemasan pun menjadi identitas yang dapat diketahui orang. Sehingga kemasan didesain seddemikian rupa untuk membangun citra sebuah produk.

III.1.6 Strategi Distribusi

Agar pesan yang disampaikan tepat sasaran dan efektif, diperlukan strategi penyebaran media. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana cara wisatawan dalam menerima media dengan baik. Penyebaran media tidak dapat dilakukan berdasarkan hari hari yang membedakannya. Namun penyebaran media

berdasarkan aktivitas wisatawan saat berkunjung ke Bumi Perkemahan Kiara Payung.

Tabel III.3 penyebaran media
Sumber: Data Pribadi

MEDIA	PENYEBARAN			
	DATANG	AKTIVITAS	ISTIRAHAT	PULANG
PIN				
BROSUR				
FLYER				
STICKER				
KALENDER				
GANTUNGAN KUNCI				

III.2 Konsep Desain

Peta kreatif ini dibuat menggunakan beberapa *software* berdasarkan tahapan-tahapannya.

1. Pembuatan objek peta : **Autodesk 3DsMAX 2015**
2. Pembuatan Judul dan objek Tambahan : **Adobe Illustrator CS6**
3. Proses *cropping* : **Microsoft Picture Manager**

III.2.1 Format Desain

Desain peta kreatif ini akan dicetak dan dipasang di dekat gerbang masuk Bumi Perkemahan Kiara Payung. Agar pesan tersampaikan kepada wisatawan, maka format peta ini adalah sebagai berikut:

- Sebelum Dicetak

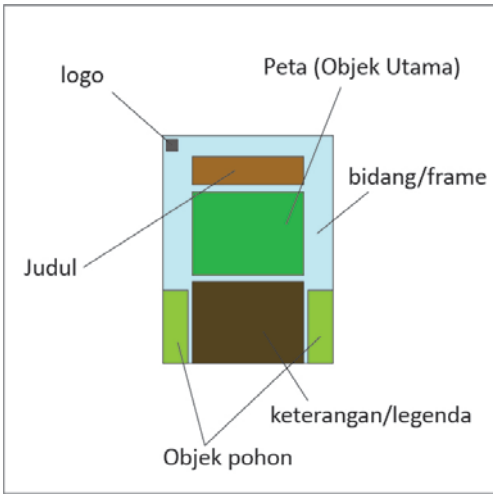
Jenis *file* : JPG
Dimensi : 4916 X 6997 *pixel*
Kerapatan : 300 ppi
Ukuran : 29,5 MB

- Setelah Dicetak

Ukuran : A2
Posisi : *potrait*

III.2.2 Tata Letak

Tata Letak (*layout*) merupakan penempatan objek pada desain peta kreatif yang dibuat semenarik mungkin dengan mengedepankan unsur keterlihatan objek oleh wisatawan.

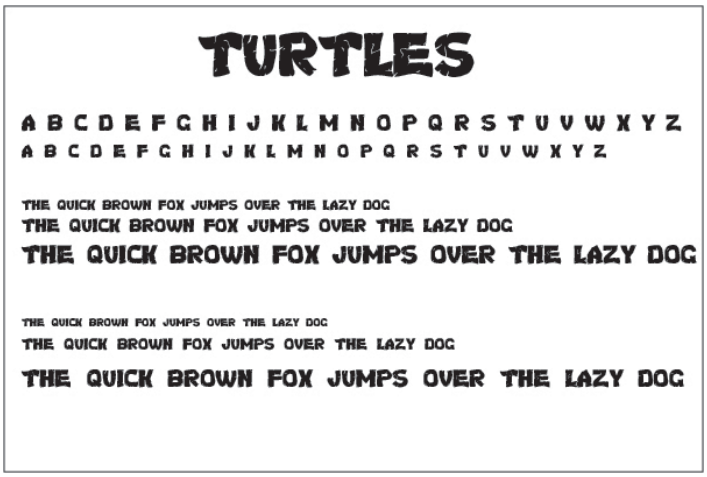


Gambar III.3 Tata Letak Objek
Sumber: Data Pribadi

III.2.3 Huruf

Menurut Danton Sihombing (2001) “Huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat” (h.2).

Huruf yang digunakan untuk desain peta kreatif ini terbagi menjadi dua. Yang pertama huruf untuk judul lalu yang kedua huruf untuk konten. Adapun jenis huruf tersebut adalah:



Gambar III.4 Jenis Huruf *Turtles*
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.5 Jenis Huruf *Trebuchet MS*
Sumber: Data Pribadi

III.2.4 Warna

Objek yang dipakai pada media informasi berupa peta kreatif ini terdiri dari beberapa warna yaitu:

Tabel III.4 Warna
Sumber: Data Pribadi

NO	WARNA	KODE	PENERAPAN
1		R : 144 G :214 B :235	Langit
2		R : 215 G : 230 B : 162	Matahari
3		R : 237 G : 214 B : 188	Judul
4		R : 83 G : 69 B : 57	Judul
5		R : 106 G : 129 B : 56	Peta

6		R : 78 G : 41 B : 20	Peta
7		R : 122 G : 67 B : 30	Peta
8		R : 40 G :152 B :70	Pohon
9		R : 125 G : 95 B : 37	Pohon
10		R : 92 G : 75 B : 62	Kayu
11		R : 63 G : 51 B : 42	kayu
12		R : 209 G : 210 B : 212	Huruf Konten
13		R : 175 G : 166 B : 160	Huruf Konten
14		R : 84 G : 79 B : 75	Huruf Konten

III.2.5 Ilustrasi

Media utama terdiri dari Objek-Objek yang dibuat dengan teknik *tracing*. Terkecuali objek utama peta yang dibuat dengan teknik pengukuran dan penyesuaian dengan bangunan aslinya.

Menurut Dedi Nurhadiat (2004) “Ilustrasi berasal dari kata *ilustrate* (Latin) yang artinya menerangkan atau menjelaskan. Oleh karena itu, gambar yang berfungsi untuk memberi penjelasan atau memperindah penampilan suatu tulisan disebut gambar ilustrasi”

Objek-objek tersebut antara lain:

- Judul



Gambar III.6 Ilustrasi Judul
Sumber: Data Pribadi

- Peta (Objek Utama)



Gambar III.7 Ilustrasi Peta
Sumber: Data Pribadi

- Kayu Alas Keterangan



Gambar III.8 Ilustrasi Kayu
Sumber: Data Pribadi