BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Dalam menerapkan perancangan dibutuhkan strategi yang baik yang dapat diterapkan. Menurut Burhan (1994), “Perencanaan strategis merupakan tulang punggung manajemen strategis, dimana perencanaan strategis lebih berhubungan dengan kegiatan-kegiatan operasional.” Untuk merancang sebuah media, tentunya dibutuhkan strategi perancangan dan konsep desain yang tepat, dengan tahapan – tahapan strategi agar mudah di pahami pengguna (target *audience*). Tahapan dalam membuat sebuah media antara lain yaitu menentukan khalayak sasaran, strategi perancangan, mandatory, materi pesan yang akan disampaikan, gaya bahasa, strategi kreatif, media utama dan pendukung, strategi distribusi dan konsep visual yang akan dibuat. Berikut adalah paparan strategi perancangan dan konsep desain yang akan diterapkan untuk media informasi di objek wisata Cadas Gantung Majalengka.

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran ialah target atau objek pengguna untuk menentukan kepada siapa karya ini akan di arahkan dan faktor - faktor untuk mencapai khalayak sasaran meliputi:

- Demografis

  Umur : 15 - 18 tahun

  Ditentukannya usia 15 – 18 tahun, di karenakan wisatawan yang mengunjungi objek wisata Cadas Gantung umumnya remaja yang menghabiskan waktunya melihat pemandangan bersama pasangannya.

  Gender : Laki – laki dan Perempuan

  Khalayak ditujukan untuk laki – laki dan perempuan, karena wisatawan yang mengunjungi objek wisata Cadas Gantung umumnya laki – laki dan perempuan.

  Status Ekonomi : Kalangan menengah ke bawah.

  Status ekonomi khalayak ditujukan kepada semua kalangan, namun khususnya kalangan bawah.

- Psikografis

  Rentang usia 15 – 18 tahun termasuk kedalam fase remaja pertengahan. Menurut Monks (1989) “Remaja berada di antara anak dan orang dewasa. Oleh karena itu remaja seringkali dikenal dengan fase “mencari jati diri” atau fase “topan dan badai”. Remaja masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya.” Tentunya pada tahap ini remaja membutuhkan media dan fasilitas yang mempermudahkan remaja dalam mencari informasi.

- *Consumer Insight*

  Consumer insight dari remaja sebagai khalayak sasaran yaitu objek wisata Cadas Gantung yang dikelola perhutani kurang maksimal dalam memberikan informasi arah ke tempat tujuan. Membuat pengunjung merasa kebingungan dalam mengakses objek wisata karena kurangnya petunjuk arah. Sehingga pengunjung membutuhkan informasi yang dapat menunjukan tempat yang ada di Cadas Gantung dengan tampilan yang memudahkan pengunjung.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan ialah dengan membuat sistem tanda. Strategi perencangan sangat di butuhkan dalam merancang sistem tanda yang baik yang dapat membantu wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Cadas Gantung. Sebagai landasan dalam merancang sistem tanda, diperlukan suatu strategi perancangan agar karya yang dihasilkan benar-benar karya yang sudah matang. Strategi perancangan yang akan dilakukan untuk membuat media informasi sistem tanda objek wisata Cadas Gantung.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi, dalam hal ini penyampaian pesan yang didalamnya memuat pesan yang berarti bagi target sasaran. Tujuan utama komunikasi yaitu :

- Menginformasikan tentang fasilitas yang ada di Cadas Gantung.
- Menginformasikan jalur menuju objek wisata Cadas Gantung.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam strategi perancangan pendekatan komunikasi mempunyai dua poin utama yang akan menjelaskan maksud dan tujuan dari sebuah perancangan yaitu :

a. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan cara menggunakan strategi bahasa yang tepat. Pendekatan verbal yang digunakan yaitu bahasa Indonesia tidak baku agar mudah dipahami oleh pengunjung.

b. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan disampaikan dengan memakai gaya visual vector yang dapat memudahkan khalayak sasaran untuk mengerti dan menerima informasi dengan baik, menampilkan karakter yang bertemakan anak muda yang berpasangan karena Cadas Gantung umumnya di kunjungi oleh remaja yang mengabadikan momem bersama pasangannya. Sehingga diharapkan dengan gaya visual yang bertemakan anak muda, dapat dengan mudah dipahami oleh pengunjung yang mengunjungi Cadas Gantung.

III.2.3 Mandatory

Mandatory dari perancangan sistem tanda ini adalah objek wisata Cadas Gantung yang berlokasi di di Desa Mirat Kecamatan Leuwimunding, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat dan berada dibawah Perum Perhutani. Perhutani adalah Badan Usaha Milik Negara berbentuk Perusahaan Umum (Perum) yang memiliki tugas dan wewenang untuk mengelola sumberdaya hutan negara di pulau Jawa dan Madura. Peran strategis Perhutani adalah mendukung sistem kelestarian lingkungan, sistem sosial budaya dan sistem perekonomian masyarakat perhutanan. Dalam mengelola perusahaan, Perhutani menghargai seluruh aturan mandatory dan voluntary guna mencapai Visi dan Misi perusahaan.



Gambar III.12 Logo Perum Perhutani
Sumber: http://www.perhutani.co.id/ (Diakses pada 1/6/2017)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan sistem tanda yaitu:

1. Menampilkan visual yang bertemakan anak muda yang sesuai dengan khalayak sasaran. Sehingga khalayak diharapkan memahami tanda – tanda yang ada di Cadas Gantung.
2. Menampilkan slogan di beberapa desainnya.
3. Memberikan informasi mengenai nama batu yang ada di Cadas Gantung.
4. Memberikan informasi peta lokasi Cadas Gantung
5. Memberikan informasi mengenai fasilitas yang dapat dikunjungi khalayak sasaran yaitu: Tempat Parkir, Loket Tiket, Kedai Makanan, Gazebo, Mushola, Toilet.
6. Memberikan informasi larangan, dilarang *selfie* di atas batu.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya Bahasa disampaikan dengan informatif yang singkat dan jelas sesuai dengan informasi yang ingin disampaikan, yaitu mengenai petunjuk arah dan fasilitas yang ada di Cadas Gantung.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan ini yaitu dengan memberikan informasi mengenai petunjuk arah serta fasilitas di objek wisata Cadas Gantung, yang di sampaikan secara sederhana tanpa mengurangi informasi yang ingin disampaikan. Strategi kreatif dari pembuatan sistem tanda di Cadas Gantung yaitu dengan menampilkan karakter pasangan laki-laki dan perempuan yang digambarkan dengan gaya gambar *vector*. Sehingga diharapkan sistem tanda dapat berbeda dari sistem tanda pada umumnya dan mudah dipahami oleh pengunjung yang mengunjungi Cadas Gantung.

III.2.7 Strategi Media

Media adalah salah satu hal terpenting dalam penyampaian sebuah informasi, yaitu sebagai alat penghubung untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran. Maka diperlukan media yang sesuai agar informasi mudah dipahami dengan baik. Media yang akan digunakan dalam perancangan media informasi ini berupa media primer dan media sekunder, media primer adalah media utama yang berisi informasi yang lengkap untuk disampaikan, dan media skunder adalah media pelengkap yang menunjang dari media utama.

- *Copywriting*

  Headline : Cadas Gantung

  Cadas Gantung sebagai nama tempat yang harus ditampilkan,

  Tagline : Ciptakan momen indahmu di Cadas Gantung

  Tagline yang dipakai yaitu “Ciptakan momen indahmu di Cadas Gantung” karena disesuaikan dengan khalayak sasaran yang menghabiskan waktunya melihat pemandangan bersama pasangannya.

III.2.7 Strategi Media

III.2.7.1 Media Utama

Sign system atau dalam bahasa Indonesia sistem tanda merupakan media interaksi manusia di ruang publik. *Sign system* berfungsi untuk membantu manusia mengenai informasi yang ada di ruang publik. Baik itu petunjuk arah, informasi tentang larangan, maupun informasi tentang fasilitas yang terdapat di lokasi. *Sign system* menampilkan berbagai macam informasi yang memiliki tujuan tersendiri. Menurut Tinarbuko (2009), "Yang terpenting dalam sistem tanda pada desain komunikasi visual adalah fungsi dari tanda dalam menyampaikan pesan dari pengirim pesan kepada penerima, berdasarkan kode tertentu, yang dimediasi oleh media tertentu". Berikut ini adalah jenis – jenis sign system berdasarkan fungsi informasinya :

1. Tanda Pengenal (*Identification)*

Tanda pengenal adalah tanda yang digunakan untuk membedakan antara objek satu dengan objek yang lainnya.

2. Tanda Petunjuk arah (*Direction)*

Tanda petunjuk arah digunakan untuk membantu mengarahkan mencapai lokasi atau objek yang akan dituju.

4. Tanda Larangan (*Regulation)*

Tanda larangan digunakan untuk menginformasikan peringatan mengenai apa yang tidak boleh dilakukan atau dikerjakan.

Media utama yang akan dibuat dalam perancangan *sign system* yaitu:

- *Information / Identification*

  Tanda yang akan dibuat bertujuan untuk memberikan informasi nama batu yang ada di objek wisata Cadas Gantung. Yang terdiri dari 6 jenis batu (Batu Cabe, Batu Gua, Batu Gede, Batu Berair, Batu Santai, Batu Jomblo), tempat parkir, peta lokasi, dan tempat sampah.

- *Direction*

  Tanda petunjuk arah yang akan dibuat yaitu untuk menunjukkan objek wisata Cadas Gantung dan fasilitas umum yang ada di Cadas Gantung. Yaitu fasilitas (Tempat Parkir, loket tiket, Gazebo, Kedai Makanan, Toilet, Mushola)

- *Regulation*

  Tanda larangan yang akan dibuat yaitu tanda yang berisi larangan untuk memperingatkan pengunjung untuk tidak berfoto atau *selfie* di atas batu.

III.2.7.1 Media Pendukung

Media pendukung yang akan dipakai sebagai sarana promosi yaitu:

1. Peta

   Peta yang akan dibuat yaitu berisi peta kreatif Cadas Gantung. Agar memudahkan pengunjung dalam menjelajahi objek wisata Cadas Gantung.

2. Pin

   Pin dibuat untuk sebagai *merchandise* agar pengunjung tertarik untuk berkunjung kembali ke objek wisata Cadas Gantung.

3. Topi

   Topi dibuat sebagai *merchandise* yang membantu pengunjung dari panasnya terik matahari, dimana Cadas Gantung terletak di atas bukit.

4. Stiker

   Stiker dibuat sebagai *merchandise* serta suvenir untuk mengingatkan pengunjung untuk kembali berkunjung ke Cadas Gantung.

5. *X – Banner*

   X – Banner dibuat sebagai media promosi untuk mengajak *audience* membagikan lewat media sosial saat berada di Cadas Gantung.

6. *T – Shirt*

   T – shirt atau baju dibuat sebagai *merchandise* serta souvenir yang nantinya dijual untuk mengingatkan *audience* akan Cadas Gantung.

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dan waktu penyebaran media sangat dibutuhkan untuk mempermudah pendistribusian media, karena sudah terjadwal dengan baik, sehingga akan selalu terarah penyebaranya. Penyebaran melalui Mekanisme tempat dan watu untuk menentukan waktu dan lokasi pendistribusian.

- Mekanisme tempat dan waktu

Table III.2 Mekanisme tempat dan waktu
Sumber : Dokumen Pribadi

Media	Tempat	Waktu											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Peta	Kawasan Cadas Gantung												
Stiker	loket tiket												
Topi	Loket tiket												
Pin	Loket tiket												
X-Banner	Loket tiket												
T-Shirt	Loket tiket												

Semua media pendukung akan diadakan selama satu tahun, karena Cadas Gantung selalu menerima kunjungan. Untuk media pendukung *x-banner* di batasi waktunya dimana hanya waktu libur panjang yang mendapat kunjangan banyak saja, agar biaya yang dikeluarkan untuk produksi tidak terlalu besar.

- Distribusi media

Tabel III.3 Distribusi Media
Sumber : Dokumen Pribadi

Media	Distribusi
Peta	Peta akan didistribusikan di sekitar kawasan objek wisata Cadas Gantung, dibagikan langsung kepada pengunjung
Stiker	Stiker akan didistribusikan di sekitar kawasan objek wisata Cadas Gantung, dibagikan langsung kepada pengunjung sebagai *merchandise*
Topi	Akan dijual disaat libur panjang di dekat loket tiket
Pin	Akan dijual di dekat loket tiket
X-Banner	Akan ditempatkan di depan loket tiket
T-shirt	Akan dijual di loket tiket

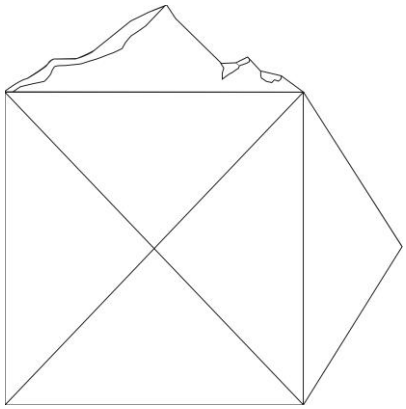
III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format desain yang akan dibuat untuk *sign system* memakai bentuk dasar yang menyerupai cadas dan memakai karakter vector yang menjadi tema dari anak muda pada *direction sign* dan *regulation sign*. Untuk *identification sign* dibuatkan ikon - ikon yang menggambarkan ciri khas batu dari Cadas Gantung. Dengan begitu diharapkan nantinya wisatawan dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang baik dan dipahami mengenai Cadas Gantung.

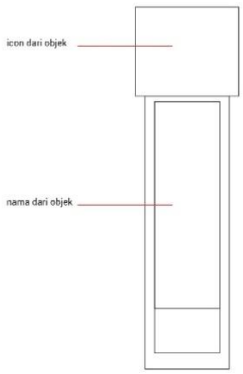
III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak (*Layout*) adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Ada tiga *layout* yang akan ditrapkan dalam pembuatan sistem tanda.



Gambar III.13 Layout *Direction Sign*
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

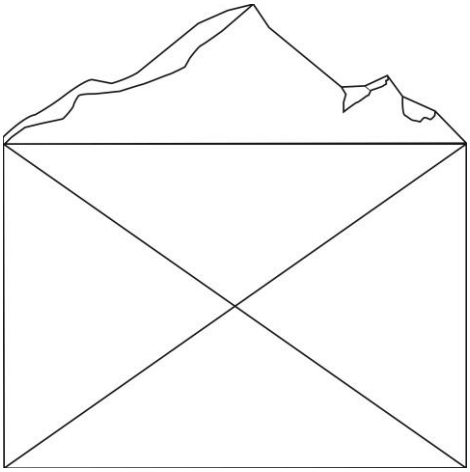
Tata letak *Direction sign* dibuat seperti panah dengan di gabungkan ilustrasi dari batu dan ditambah karakter pasangan yang sebagian keluar dari panel agar terkesan seolah – olah lebih hidup.



Gambar III.14 Layout *Information Sign*
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Tata letak *information sign* dibuat dengan minimalis dikarenakan informasi yang di sampaikan hanya nama dari batu yang ada di cadas gantung. Di atas diletakan icon dari objek informasi yang di sampakan dan di bawahnya terdapat nama dari objek tersebut. Di letakannya nama objek di bawah, dikarenakan struktur tanah

yang menanjak di Cadas Gantung sehingga apabila pengunjung dari bawah dapat membaca informasi dengan jelas.



Gambar III.15 Layout *Regulation Sign*
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Tata letak *regulation sign* dibuat dengan memadukan tulisan larangan beserta ilustrasi yang menggambarkan apa yang menjadi larangan.

III.3.3 Tipografi

Menurut Sihombing (2001) “Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif.” (h.58). Tipografi adalah pemilihan dan penentuan huruf yang menciptakan kesan tertentu. Dalam perancangan sistem tanda Cadas Gantung memakai huruf dari *Da Serif Kid* untuk digunaan sebagai Judul. Sedangkan untuk *body text* memakai huruf *Roboto* agar konten atau isi informasi bisa jelas terbaca.



Gambar III.16 Pemilihan Huruf
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Da Serif Kid adalah jenis huruf *Serif* sedangkan *Roboto* jenis hurus *Sans Serif.* Perbedaan jenis huruf tersebut dilihat dari ujung hurufnya. Jenis huruf *Serif* memiliki sirif di ujungnya, sedangkan *Sans Serif* tidak memiliki sirif di ujungnya. Perbedaan huruf dipilih karena menggambarkan objek wisata Cadas Gantung yang memiliki ciri khas bebatuan yang berbeada – beda. Untuk *body text* dipilihnya *Roboto* karena memiliki keterbacaan yang jelas.

III.3.4 Ilustrasi

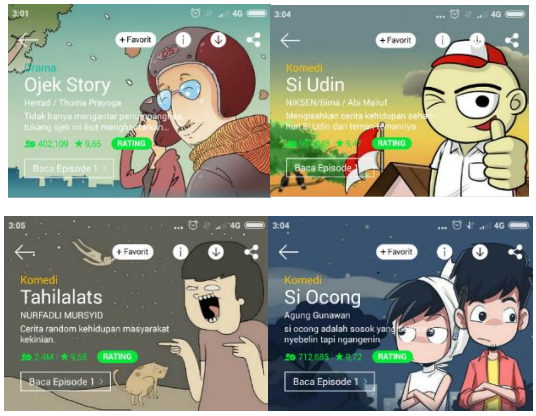
Ilustrasi merupakan penggambaran objek secara visual yang berfungsi untuk menyampaikan pesan agar lebih menarik sehingga membuat orang yang melihatnya akan tertarik dan mengingatnya. Menurut Zeegen (2005) " Ilustrasi membatu pembaca memahami pesan yang di bahas. Ilustrasi dapat menyampaikan isi konsep tanpa harus di jabarkan secara detail. Dalam hal ini, ilustrasi membantu pembaca untuk cepat mengerti informasi yang ingin disampaikan." (h.12)

Berikut adalah ilustrasi dalam perancangan sign system Cadas Gantung:

- Karakter

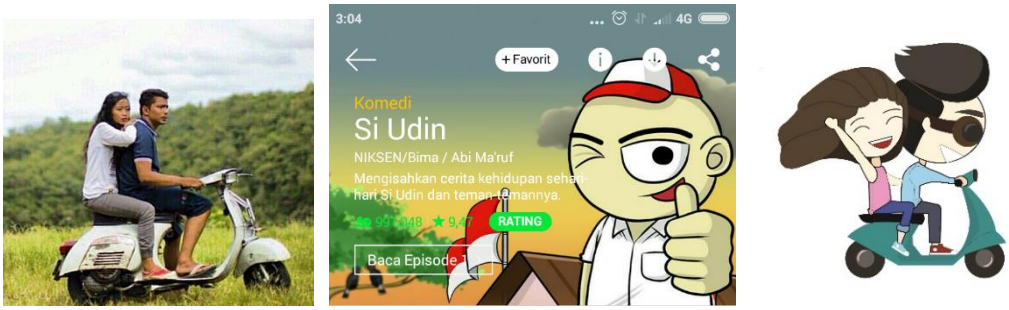
Perancangan karakter diambil dari ciri khas remaja saat ini. Karena pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Cadas Gantung umumnya remaja yang berpasangan.

Dengan begitu karakter yang dibuat akan menggambarkan remaja yang berpasangan dengan gaya vector.



Gambar III.17 Referensi Karakter
Sumber: Webtoon Line (Diakses pada 1/6/2017)

Referensi dipilih dari komik *online* yaitu Webtoon. Webtoon merupakan media komik online yang digemari remaja saat ini. Webtoon dijadikan referensi karena webtoon memiliki gaya visual yang berbagai macam.



Gambar III.18 Gabungan dari referensi menjadi karya
Sumber: dokumen pribadi

Ilustrasi karakter dibuat dengan penggabungan dari referensi menjadi karya yang telah dihasilkan.



Gambar III.19 Karakter
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Karakter tersebut akan digunakan pada *direction sign* agar pengunjung yang akan mengunjungi Cadas Gantung dapat dengan mudah tertarik dan mengikuti petunjuk arah dengan baik. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Cadas Gantung bersama pasangannya, maka dibuatkanlah konsep karakter yang sedang berpasangan menaiki kendaraan.



Gambar III.20 *icon* batu
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Icon batu akan digunakan pada *identification sign* agar mempermudah pengunjung mengetahui tentang batu yang ada di Cadas Gantung. Konsep dari *icon* ini dibuat dengan menyerupai objek aslinya, sehingga pengunjung diharapkan dapat dengan mudah memahami informasi yang disampaikan.



Gambar III.21 *icon* motor
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Icon motor ini akan digunakan pada *information sign* yang nantinya akan di tempatkan di area parkir motor. Konsep dari *icon* ini dibuat dengan menggunakan salah satu bagian dari motor agar mempermudah pengunjung mengetahui lokasi tempat parkir motor.



Gambar III.22 Karakter *information sign*
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Karakter tersebut akan digunakan pada *information sign* tempat sampah. Konsep dari karakter ini dibuat dengan tangan yang sedang melakukan tanda *peace* (damai) yang bertujuan untuk menginformasikan pengunjung untuk tidak membuang sampah sembarangan.

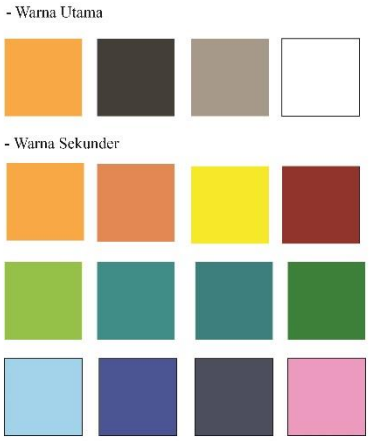


Gambar III.23 Karakter *regulation sign*
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Karakter tersebut akan digunakan pada *regulation sign* yang menggambarkan seorang perempuan yang sedang asik berfoto di atas batu. Konsep dari karakter ini dibuat untuk menginformasikan pengunjung agar tidak berfoto di atas batu karena mengakibatkan terjatuh ke bawah jurang.

III.3.5 Warna

Warna merupakan elemen terakhir pada desain dan elemen yang paling penting. Warna menjadikan suatu karya menjadi mempunyai arti dan makna, sebagai alat komunikasi yang menampilkan ekspresi. Menurut Aminudin (2009). " Warna merupakan unsur yang terbuat dari pigmen (zat warna). "



Gambar III.24 Warna
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Warna utama yang dipilih adalah hitam, abu – abu, putih, dan jingga.

- Hitam

  Menurut Marian L.David (1980) "Warna hitam adalah warna yang memiliki sifat positif yaitu menandakan sifat yang tegas, kukuh, formal, struktur yang kuat". Tujuan menggunakan warna hitam untuk menciptakan kesan tegas, dan kuat.

- Jingga

  Menurut Marian L.David (1980) "Berdasarkan sifat dan emosi manusia dari pribadi seseorang warna jingga memiliki kesan hangat, semangat muda dan menarik". Tujuan menggunakan warna jingga untuk menciptakan kesan hangat dan mempunyai semangat muda ketika melihatnya.

- Putih

  Menurut Marian L.David (1980) “Warna putih memiliki karakter positif, merangsang, cemerlang, ringan sederhana. Warna putih melambangkan polos, jujur, murni”. Tujuan menggunakan warna putih untuk menciptakan kesan positif dan cemerlang saat melihatnya.

- Abu - abu

  Menurut Hendratman (2015). “Sebuah warna yang menggambarkan keseriusan, kemandirian, dan keluasan.” Warna abu juga merupakan warna alam dari batu oleh sebab itu warna abu dipilih untuk menjadi ciri khas dari warna batu Cadas Gantung.