BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Komunikasi

Menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, MA (2007 : 28), komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi pesan, ide, gagasan dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Strategi komunikasi yang akan di sampaikan kepada wisatawan sebagai khalayak sasaran harus jelas, lengkap, dan mudah dimengerti, slogan atau *tagline* akan dibuat dengan sangat sederhana namun penuh dengan makna. Karena akan sangat berarti bagi para wisatawan yang akan berada di Pangandaran. Mereka akan merasa nyaman, karena media informasi tentang antisipasi peringatan dini Tsunami dibuat sangat informatif, sehingga akan memudahkan membaca informasi yang dimaksud. Oleh karena itu dengan adanya strategi komunikasi yang disampaikan secara baik dan terarah, maka pesan-pesan yang disampaikan di dalam sebuah media informasi akan direspon dengan baik oleh khalayak sasaran.

3.1.1. Tema dasar Komunikasi

Tema dasar yang akan digunakan dalam media informasi antisipasi Tsunami ini adalah ceria, karena sesuai dengan kondisi pantai sebagai tempat wisata untuk bersantai dan bersenang-senang. Sedangkan gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa formal namun digambarkan dengan nonformal, dengan alasan agar informasi tentang tsunami ini menarik untuk dibaca dan tidak berkesan menakut-nakuti kepada para wisatawan.

3.2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan strategi yang memunculkan daya tarik terhadap khalayak sasaran agar tertarik terhadap informasi yang di tampilkan atau diberikan, sehingga khalayak sasaran mau memahami dengan baik informasi yang diberikan, media informasi akan berisi ciri-ciri Tsunami dan saran ketika akan terjadi Tsunami. Lalu akan ditambahkan *tagline* tentang tanggap terhadap Tsunami. Sehingga dengan ditambahkannya *tagline* dapat menciptakan gambaran tersendiri tentang antisipasi tsunami. agar pesan-pesan yang terkandung dalam media informasi tersebut dapat diingat dengan baik oleh khalayak sasaran.

3.2.1. Ilustrasi

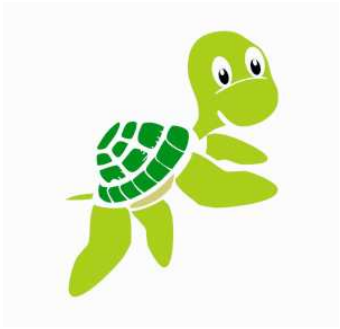
Menurut Mark Kerlen (2007 : 43), Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik *drawing*, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk. Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna.

Media utama informasi antisipasi Tsunami yang dibuat ini memuat ilustrasi dengan *icon* yaitu seekor penyu hijau (*chelonia mydas*) Alasan pemilihan objek penyu karena karakter penyu sebagai hewan laut yang santai dan cocok sekali dengan kehidupan pantai, sangat mewakili karakter wisatawan yang santai ketika ingin berlibur di pantai.



Gambar 3.2.1.1 Penyu Hijau

Sumber : http://u.kaskus.us/3/oi9ntqgd.jpg



Gambar 3.2.1.2 Icon penyu

Sedangkan logo media informasi ini adalah bentuk ombak yang melambangkan gelombang tsunami yang diberi lingkaran yang berarti tameng yang mengartikan sebuah antisipasi untuk menghadapi tsunami.



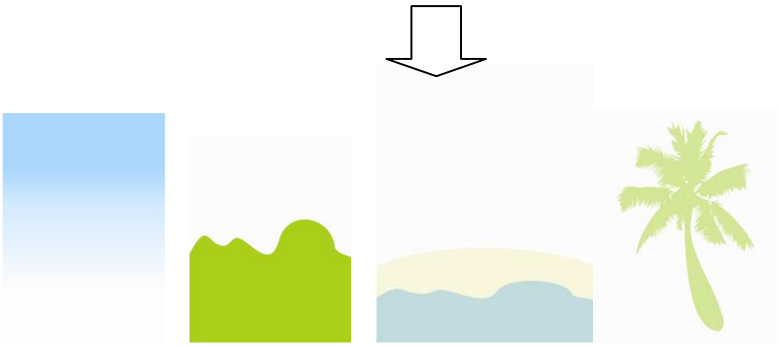
Gambar 3.2.1.3 logo media informasi antisipasi peringatan dini tsunami

Sedangkan latar belakang dari media utama memakai gambar-gambar yang menggambarkan suasana pantai, seperti langit yang biru, pegunungan yang hijau, pasir pantai beserta air laut, dan pohon kelapa. Alasannya karena informasi tentang antisipasi tsunami memang ditujukan untuk kawasan pantai.



Gambar 3.2.1.4 Gambar pantai

Sumber : http://www.cuti.com.my/Sub/Kelantan/beach.jpg



Gambar 3.2.1.5 Background media utama

Sedangkan penjelasan tentang tanda-tanda dan antisipasi tsunami pada media utama menggunakan 8 buah ikon sebagai bentuk penjelasan visual dari keterangan yang dicantumkan. Alasannya karena salah satu pekerjaan utama dari desain komunikasi visual adalah dapat memvisualisasikan sebuah tulisan ke dalam bentuk gambar yang sederhana dan dapat dimengerti untuk mendukung penjelasan yang telah disebutkan.

- Air laut surut secara tiba-tiba.
  Digambarkan dengan seekor penyu sedang melihat ke arah air laut yang surut.



Gambar 3.2.1.6 Ikon 1

- Terciumnya bau garam yang menyengat secara tiba-tiba.
  Digambarkan dengan seekor penyu yang mencium aroma garam yang menyengat dari air laut



Gambar 3.2.1.7 Ikon 2

- Munculnya buih-buih yang sangat banyak di pantai secara tiba-tiba
  Digambarakan dengan seekor penyu yang meliat buih-buih pada air laut di pantai,



Gambar 3.2.1.8 Ikon 3

- Terdengar suara ledakan yang sangat keras
  Digambarkan dengan seekor penyu yang mendengar suara ledakan dari arah laut.



Gambar 3.2.1.9 Ikon 4

- Terlihat gelombang tinggi dari arah lautan.
  Digambarkan dengan seekor penyu yang melihat ombak yang tebal dari arah lautan.



Gambar 3.2.1.10 Ikon 5

- Terdengar suara *sirine* panjang yang dibunyikan, yang menandakan akan terjadinya Tsunami.
  Digambarkan dengan seekor penyu yang mendengar suara *sirine*. Suara *sirine* digambarkan dengan toa berwarna merah yang mengartikan sebuah peringatan.



Gambar 3.2.1.11 Ikon 6

- Jika sedang berada di tengah laut, maka bergeraklah ke arah lautan yang lebih dalam.
  Digambarkan dengan seekor penyu yang berenang menjauh ke arah daratan ketika sedang berada di tengah lautan.



Gambar 3.2.1.12 Ikon 7

- Jika berada di dekat pantai, maka diutamakan berlari ke tempat yang lebih tinggi atau jika tidak memungkinkan carilah bangunan, atau pohon yang tinggi.

Digambarkan dengan seekor penyu yang berlari ke arah daratan yang lebih tinggi.



Gambar 3.2.1.13 Ikon 8

3.2.2. Tipografi

Menurut Danton sihombing (2001 : 24), Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Tipografi yang akan digunakan dalam *headline* dan *tagline* media informasi ini adalah tipografi yang lebih memunculkan kesan santai dan ceria.

Jenis huruf : comickbook caps

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

~!@#$%^&*(){}|:”<>?|`-=[];’,./

Alasan penggunaan tipografi ini karena bentuk dari tipografi ini lembut dan tidak terdapat sudut yang lancip, namun tetap tegas dan mudah terbaca.



Gambar 3.2.2.1 Tipografi headline

Tagline dari media utama disusun secara tidak beraturan dengan alasan tampil beda dan unik serta untuk lebih menarik perhatian.



Gambar 3.2.2.2 Tipografi tagline

3.2.3. Warna

Menurut Sue Rose (2003 : 34), Warna adalah rentang yang diperoleh apabila cahaya diuraikan ke dalam komponen (bagian dari keseluruhan) tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (putih).
Penggunaan warna dalam media informasi ini akan menggunakan warna-warna pastel yang sejuk, cerah, dan mewakili kesan ceria.

Alasan penggunaan warna :
Warna biru terkesan seperti : komunikasi, perlindungan, tenang, kelembutan, dinamis, air, laut, kedamaian, kepercayaan, kepandaian, kestabilan, kepercayaan diri, pesan, ide, dingin ,persahabatan dan harmoni. Warna biru memiliki kesan tenang dan pada dasarnya dapat menciptakan perasaan yang dingin dan tenang.

Warna hijau terkesan seperti : warna bumi, kesuburan, keajaiban tanaman dan pohon, kebangkitan, pembaharuan, muda, daya tahan, kesegaran, alami, lingkungan, keamanan, ketenangan. Warna hijau memiliki kesan menenangkan pikiran, disisi lain, warna hijau sangat nyaman di mata dan dapat membangkitkan suatu visi.

Warna kuning terkesan seperti : Muda, gembira, imajinasi.
Warna kuning akan meningkatkan konsentrasi dan menambah daya tarik.

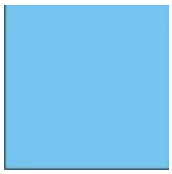
Secara keseluruhan, alasan pemilihan dari warna-warna tersebut karena warna tersebut memang cocok untuk mengambarkan pemandangan di pantai. Selain itu warna-

warna tersebut sangat mewakili kesan tenang, santai, kenyamanan dan memunculkan daya tarik yang merupakan tujuan utama dari perancangan media informasi antisipasi peringatan dini tsunami.

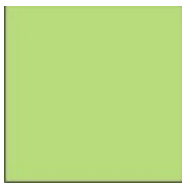
Berikut adalah contoh warna yang dipakai dalam pembuatan media informasi antisipasi peringatan dini tsunami :



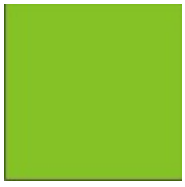
C : 100, M : 20, Y : 0, K :0
R : 0, G : 125, B : 195



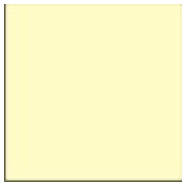
C : 40, M : 0, Y : 0, K : 0
R : 117, G : 197, B : 240



C : 20, M : 0, Y : 60, K : 0
R : 194, G : 219, B : 124

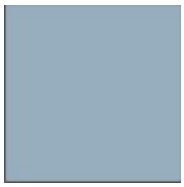


C : 33, M : 3, Y : 78, K : 0
R : 153, G : 204, B : 102



C : 0, M : 0, Y: 20, K : 0

R : 255, G : 252, B : 200



C : 32, M : 3, Y : 17, K : 0

R : 153, G : 204, B : 204

Gambar 3.2.3.1 warna-warna yang dipakai pada media utama

3.3. Strategi Media

Menurut Heinich dalam situs http://kurtek.upi.edu (2 mei 2010) media merupakan alat saluran komunikasi. Media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata "*medium*" yang secara harfiah berarti "perantara" yaitu perantara sumber pesan *(a source)* dengan penerima pesan *(a receiver)*. Dibutuhkan media-media yang memudahkan para wisatawan yang sedang berada di pantai untuk menerima informasi antisipasi peringatan dini Tsunami tersebut. Media tersebut harus efektif, tidak memakan ruang dan mudah dibawa. Karena sesuai dengan keadaan di pantai dan psikologis para wisatawan yang ingin bersenang-senang ketika berada di pantai.

3.3.1. Media Utama

Berikut adalah media utama dalam perancangan ulang informasi antisipasi Tsunami :

- Poster

Pemilihan poster sebagai media utama karena poster dapat ditempelkan di dinding atau tempat-tempat bagian informasi, ataupun tempat keramaian lainnya. Sehingga kemungkinan isi pesan untuk dibaca sangat besar, karena dari segi bentuk yang tidak memakan ruang banyak. Sehingga Memungkinkan para wisatawan melihat dan membaca isi informasi tersebut.

3.3.2. Media Pendukung

Diperlukan media-media pendukung untuk memberikan informasi antisipasi peringatan dini Tsunami disekitar pantai antara lain :

- Brosur

  Alasan penggunaannya, karena brosur bentuknya sederhana, dan mudah dibagikan kepada wisatawan yang sedang berada di sekitar pantai. Sehingga dapat mempercepat penyebaran informasi tentang antisipasi peringatan dini Tsunami.

- T-shirt

  Alasan penggunaannya, karena t-shirt bisa dipakai dan semua usia dapat memakainya. Sehingga bukan hanya dijadikan pakaian, tapi bisa juga sebagai media informasi dengan gambar atau tulisan yang terkandung didalamnya.

- Billboard

  Alasan penggunaannya, karena billboard mempunyai bentuk yang besar dan dapat ditempatkan di pinggir jalan atau

sekitar jalan utama ataupun di sekitar kawasan pantai yang strategis.

- Spanduk
  Alasan penggunaannya, karena spanduk bisa ditempatkan di tempat yang memungkinkan wisatawan mengunjunginya, seperti di depan pusat informasi, ataupun di pinggir jalan di sekitar pantai.

- Baligho
  Alasan penggunaannya, karena baligho juga memiliki bentuk yang besar dan dapat ditempatkan di tempat yang banyak di lewati wisatawan di sekitar pantai.

- Umbul-umbul
  Alasan penggunaannya, karena umbul-umbul dapat ditempatkan di sepanjang jalan sekitar pantai Pangandaran, sehingga memungkinkan wisatawan melihatnya.

- Web Banner
  Alasan penggunaannya, karena pada saat ini media internet sudah banyak digunakan oleh segala kalangan. Dan bukan tidak mungkin para calon wisatawan mencari info tentang tempat berlibur di sebuah web. Sehingga web banner cocok dijadikan sebagai salah satu media informasi.

- Flyer
  Alasan penggunaannya hampir sama dengan brosur, flyer yang bisa disebarkan dengan cara dibagikan kepada para

wisatawan yang sedang berjalan-jalan di sekitar pantai Pangandaran.

- Iklan Majalah

  Alasan penggunaannya karena Pangandaran mempunyai sebuah majalah khusus yang berisi tentang kegiatan-kegiatan atau berita-berita terbaru seputar keadaan yang terjadi di Pangandaran yaitu *wave magazine*. Majalah ini hanya di distribusi di kawasan Pangandaran saja. Dan bukan tidak mungkin para wisatawan juga turut membaca majalah tersebut. Sehingga majalah tersebut cocok dijadikan media informasi.

- Kalender Meja

  Alasan penggunaannya kalender bisa dijadikan souvenir ketika di Pangandaran diadakan festival atau sebuah acara rutin tahunan yang selalu menarik perhatian para wisatawan.

3.3.3. Gimmick

Adapun media lain yang digunakan dalam penyebaran media informasi ini seperti gimmick yang akan dibagikan ketika berlangsungnya sebuah *event* di pantai Pangandaran, antara lain :

- Pin

  Alasan penggunaannya, karena pin selain bentuknya yang kecil dapat pula dijadikan hiasan pada baju, tas, topi, jaket, sweater, kerudung. Sehingga informasi dapat dengan cepat penyebarannya.

- Gantungan Kunci

  Alasan penggunaannya, karena gantungan kunci dapat dijadilan hiasan seperti halnya pin. Namun dapat pula menyampaikan informasi yang terkandung di dalamnya.

- Stiker

  Alasan penggunaannya, karena stiker dapat ditempel di tempat yang mudah terjangkau, atau menjadi hiasan pada sepeda motor, kaca mobil, helm, atau apapun benda yang cocok untuk ditempelkan sticker.

3.3.4. Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media telah ditetapkan yaitu pada sekitar bulan Juli, Agustus, Oktober, November, dan Desember. Dimana pada bulan-bulan tersebut adalah musimnya liburan, seperti liburan kenaikan kelas, liburan akhir semester, serta liburan natal dan tahun baru. Sehingga kemungkinan besar Pantai pangandaran akan dijadikan tujuan wisatawan untuk berlibur.

bulan / media	Juli				Agustus				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
poster	■		■	■			■	■	■				■				■		■	■
brosur	■		■	■			■	■	■				■				■		■	■
sticker	■		■	■			■		■				■				■		■	■
t-shirt	■			■			■													■
billboard													■	■	■	■	■	■	■	■
spanduk			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■
baligho	■	■	■	■	■	■	■	■												
umbul-umbul	■	■	■	■													■	■	■	■
pin	■			■			■		■				■				■			■
gantungan kunci	■			■			■		■				■				■			■
flyer	■		■	■			■		■				■				■		■	■
kalender																	■	■	■	■
iklan majalah	■				■				■				■				■			
web banner	■				■				■				■				■			

Tabel 3.3.4.1 Tabel jadwal penyebaran media

3.3.5. Tempat Penyebaran Media

Penempatan penyebaran media akan ditempatkan di daerah pesisir pantai barat Pangandaran pada khususnya, dimana banyak dikunjungi wisatawan. Selain itu, media informasi juga akan ditempatkan di pusat penjagaan pantai, penginapan, kedai makanan dan minuman, kafe, serta tempat hiburan lainnya, dan bahkan di kios-kios kecil yang berada di sekitar pantai dimana tidak menutup kemungkinan banyak wisatawan berkumpul.