BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Komunikasi

Untuk menginformasikan gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dibutuhkan suatu bentuk komunikasi yang mampu menyampaikan suatu informasi atau pesan yang dapat dengan mudah dimengerti oleh sasaran, komunikasi tersebut dapat menggunakan bahasa verbal atau dengan menggunakan bahasa visual (lambang-lambang, bilangan, grafik).

3.1.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari proses komunikasi dalam menginformasikan gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dibutuhkan suatu bentuk komunikasi yang mampu menyampaikan suatu informasi atau pesan yang dapat dengan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran, komunikasi tersebut dapat menggunakan bahasa verbal atau dengan menggunakan bahasa visual,lambang-lambang atau kata-kata, gambar bilangan,grafik dan lain-lain. Kegiatan atau peroses penyampaiannya biasanya dinamakan komunikasi.

Strategi komunikasi dalam konsep Perancangan web site Kawasan Wisata Pantai Anyerdigunakan agar pesan yang ingin di sampaikan kepada sasaran dapat diterima, dimegerti dan mudah dipahami serta memiliki kesan *interest* (tertarik). Dalam perancangan Media Promosi Kawasan Wisata Pantai Anyer sebagai media penyebar infirmasi.,

Dalam Perancangan web site Kawasan Wisata Pantai Anyer sebagai media informasi dan komunikasi sangatlah penting agar Media promosi yang akan di publikasikan dapat tepat sasaran, adapun tujuannya adalah:

- Mengangkat citra Kawasan Wisata Pantai Anyer Banten.
- Peningkatan dan perbaikan bentuk strategi promosi guna peningkatan pemahaman akan Kawasan Wisata Pantai Anyer Banten.

Dari bauran komunikasi dapat ditarik unsur yang berpijak pada Paradigmatik Komunikasi oleh Harold D, Lasswell yang dikutip dari laporan tugas akhir hafiz fauzi yang berjudul perancangan website Universitas Kesatuan Bogor yang berbunyi, *"Who says what in which channel to whom with what effect".* Komponen-komponen komunikasi tersebut bila diuraikan unsur-unsur utamanya sebagai berikut:

1) Who says (siapa mengatakan): komunikator yaitu Dinas pariwisata serang - banten.

   Dalam hal ini penyampaian pesan harus dapat menjelaskan atau menyampaikan suatu kegiatan dan program kerja pada khalayak sasarannya yaitu masyarakat luas.

2) Says what (mengatakan apa) : pesan

   Dalam hal ini pesan merupakan suatu yang perlu disarnpaikan kepada khalayak sasaran melalui teknik kampanye berupa ide, gagasan, informasi, aktivitas lertentu yang dipublikasikan untuk mengetahui. dipahami, dan dimengerti sekaligus diterima oleh khalayak sasaran.

3) In which channel (melalui saluran apa) : media

   Dalam hal ini media merupakan alal untuk menyampaikan pesan atau sebagai mediator antara penyampai pesan dengan penikmat pesan

4) To whom (kepada siapa) : komunikan

   Dalam hal ini penerima pesan adalah khalayak sasaran yaitu kepada masyarakat luas, dalam berkomunikasi secara langsung ataupun tidak langsung.

5) With what effect (dengan efek apa) : efek atau dampak

Dalam hal ini efek atau dampak merupakan respon atau reaksi setelah proses komunikasi berlangsung yang menimbulkan umpan balik atau *feedback* berbentuk positif atau sebaliknya.

3.1.2. Tema Dasar Komunikasi

Tema dasar komunikasi dalam perancangan web site Kawasan Wisata Pantai Anyer adalah memberikan suatu penerangan atau pengetahuan kepada target sasaran tentang Kawasan Wisata Pantai Anyer.

3.1.3. Positioning

Positioning Kawasan Wisata pantai anyer adalah Sebagai tempat Wisata pantai yang mempunyai kenangan masa lalu yaitu letusan Gunung Krakatau pada tahun 1883, pembuatan Mercusuar Bojong setinggi 75.5 M dengan 18 lantai dibangun pada tahun 1885 oleh Belanda. Kawasan Pantai yang mempunyai nilai sejarah yang tinggi, oleh karena itu Dalam pembuatan identitas Visual Kawasan Pantai Anyer Banten ini ditanamkan Slogan Positioning Sebagai "Anyer Pantai Bersejarah" yang mengimplementasikan kekuatan pantai dan perbedaanya dengan Kawasan Wisata lainnya di indonesia.

3.1.4. Pendekatan positioning.

Pendekatan yang dimaksud adalah bagaimana agar pesan-pesan yang disampaikars bisa diterima dan berpengaruh kuat terhadap khalayak yang dituju dalam perancangan media ini, melalui bentuk visual yang dikemas semenarik mungkin.

- **Deskriptif,** menggambarkan ketidaktahuan target market akan keberadaan dan perkembangan Kawasan Wisata Pantai Anyer terutama lerhadap Kawasan-kawasan wisata Pantai Anyer yang

mempunyai pemandangan yang indah.

- **Rasional,** Perancangan konsep promo dibuat nyata untuk menanamkan image baru, terhadap masyarakat luas mengenai Kawasan Wisata Pantai Anyer Banten yang selama ini image masyarakat terhadap Wilayah Pantai Anyer yang kurang baik serta memberi gambaran akan kawasan–kawasan Wisata Pantai Anyer yang mempunyai daya tarik keindahan pantai tersendiri.

3.1.5. Target Sasaran

Berdasarkan segmentasinya dan target sasaranya yang diharapkan oleh Pengelola Kawasan Wisata Pantai Anyer Banten. Sasaran yang di maksud adalah Orang-orang yang mempunyai minat berwisata kepantai dan para calon wisatawan. Target sasaran ini ditentukan berdasarkan segmentasi dan demografi, namun target yang menjadi sasaran utama adalah pengusaha, kalangan menengah dan menengah kebawah.

3.1.6. Pendekatan Bahasa

Pendekatan bahasa yang digunakan dalam perancangan media promosi Kawasan Wisata Pantai Anyer adalah yang bersifat formal dan informatif, keyword yang digunakan “Anyer Pantai Bersejarah”

3.1.7. Materi Pesan

Pesan yang disampaikan kepada penerima yang berupa informasi wisata, fasilitas wisata, pemetaan lokasi, sarana dan prasana untuk diketahui, dipahami dan dimengerti yang sekaligus diterima oleh publik.

3.1.8. Struktur Pesan

Struktur pesan yang digunakan pada perancangan web site

Kawasan Wisata Pantai Anyer ini adalah deduktif (umum ke khusus).

3.2. Strategi Kreatif

Menurut Christopher Gilson dan Bergman, proses perumusan strategi kreatif terdiri atas tiga tahapan, yaitu :

1. Tahap pertama, mengumpulkan dan mempersiapkan informasi pemasaran yang tepat agar dapat dengan segera menemukan strategi kreatifnya. Biasanya informasi yang akan sangat bermanfaat adalah informasi yang menyangkut rencana pemasaran dan komunikasi, hasil penelitian tentang konsumen sasaran. data-data tentang produk, persaingan, serta rencana dasar tentang strategi media.
2. Tahap kedua, menetapkan suatu posisi atau *platform* dalam penjualan serta menentukan Tujuan yang akan dihasilkan. Hal tersebut akan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai cara yang paling efektif untuk mengkomunikasikan posisi tersebut dengan pesan iklan yang akan ditangkap secara efekilf oleh konsumen dan kemudian dltanggapi. Dalam hal ini ide-ide rnerupakan inti dari seluruh proses perumusan strategi kreatif, yang akan dicetuskan dan dikembangkan.
3. Tahap ketiga, melakukan presentasi untuk memperoleh persetujuan sebelum rancangan iklan yang akan diproduksi dan dipublikasikan melalui media-media yang tetah ditetapkan.

3.2.1. Pendekatan Kreatif

Cara penyampaian pesan dalam perancangan web site Kawasan Wisata Pantai Anyer adalah: pesan yang bersifat informatif Dalam kegiatan penyebaran informasi Wisata Pantai Anyer, sifat pesan yang akan diterapkan adalah bersifat informatif dan persuasif. pesan yang bersifat informatif ini dilakukan karena masih terbatasnya informasi yang diberikan langsung kepada

khalayak, khususnya pasar potential, maka pada strategi komunikasi ini penyuguhan informasi lebih diperbanyak dalam artian penambahan informasi lebih diterapkan untuk memberi suatu keterangan, penerangan atau pengetahuan kepada khalayak sasaran tentang Kawasan Wisata Pantai Anyer dan fasilitas pendukung didalamnya.

Dalam perancangan web site Kawasan Wisata Pantai Anyer, informasi yang akan disampaikan melalui dua macam komunikasi, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Untuk komunikasi verbal menggunakan dua bahasa. yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, Penggunaan dua bahasa ini disesuaikan dengan target, sedangkan untuk komunikasi non verbal yang digunakan adalah penggunaan warna, gambar atau fotografi, dan tipografi, Penggunaan bahasa non verbal juga sangat penting karena dapat mendukung komunikasi verbal, karena bisa menimbulkan kesan *conviction* (rasa percaya) tentang gambaran atau keadaan Kawasan Wisata Pantai Anyer.

3.3. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

3.3.1. Bentuk

Istilah bentuk atau *form* digunakan untuk menyatakan suatu bangunan atau *shape* yang tampak dari suatu benda. Bentuk atau *form* adalah tubuh atau massa yang berisi garis-garis Untuk itu pada perancangan web site ini bentuk yang akan digunakan adalah bentuk yang tidak menitik beratkan pada suatu hal tetapi pada bentuk perancangan yang disesuaikan dengan karakteristik Kawasan Wisata Pantai Anyer.

3.3.2. Warna

Pemilihan warna yang akan di gunakan pada web site Kawasan wisata Pantai anyer ini cenderung menggunakan warna

yang dapat memberikan nuansa Kawasan pantai. Maka untuk itu penggunaan warna pada Promosi Kawasan Wisata Pantai Anyer ini identik menggunakan warna biru agar lebih terasa Promosi kawasan pantai oleh target sasaran.

3.3.3.Tipografi

Tipografi adalah seni memiiih jenis *font/huruf* dari sekian banyak jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang sudah ada, mengabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda, mengabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia dan menandai naskah untuk proses setting dengan menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda. (Frank Jefkins, 1997 :248)

Huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan elemen dasar untuk membangun kata atau kalimat, rangkaian kata yang bukan hanya memberi satu makna yang mengacu pada sebuah Kawasan atau gagasan tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra atau kesan visual yang memiliki perpaduan nilai fungsi dan nilai estetis.

3.3.4. Tata Letak (Komposisi)

Penyusunan unsur-unsur yang akan ditampilkan pada perancangan web site Kawasan Wisata Pantai Anyer cenderung simetris dengan peletakan garis, bentuk, bangunan atau massa yang sama dalam ukuran, isi atau volume sehingga mengikuti aturan keseimbangan simetris. Tata letak simetris banyak digunakan untuk menampilkan kesan formil dari perancangan web site ini.

3.4. Strategi Media

Penggunaan bentuk media tertentu untuk mempublikasikan suatu informasi. biasanya tergantung pada tujuan informasi itu sendiri. Dalam kenyataannya. hampir tidak ada satu pun media yang dapat efektif untuk semua jenis informasi.

Agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh khalayak sasaran, yaitu konsumen atau masyarakat dibutuhkan sarana yang terdiri dari bauran kreatif, dengan menentukan media yang efektif guna tercapainya informasi tersebut.

3.4.1. Pemilihan Media

Berdasarkan beberapa pertimbangan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka untuk kasus tugas akhir ini media promosi dan informasi yang dipilih adalah web site. Alasan pemilihan web site adalah karena media ini dapat menampilkan dan memberikan informasi yang tidak terbalas. Selain itu, informasi yang akan disampaikan dapat diakses dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja.

Adapun pemilihan beberapa media pendukung. yaitu :

Media traffic; billboard atau papan reklame dan spanduk.

Media cetak; poster dan brosur.

Media cetak; banner, dan formulir pendaftaran.

Media; pin, t-shirt, stiker.

3.4.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media

Media cetak merupakan media yang paling tepat untuk target market seperti pengusaha. kalangan menengah dan menengah kebawah akan mendapatkan intormasi secara jeias dan sistematik. Pertimbangan dasar penyebaran media ini adalah, sebagai berikut;:

1. Dapat mencakup luas,
2. Sebagai media pengingat bagi masyarakat (gimick)
3. Mudah dijangkau oleh masyaraka luas.
4. Dapat menjelaskan secara panjang lebar mengenai berbagai Permasalahan.

3.5. Strategi Distribusi

Pada Strategi distribusi web site ini ada suatu cara yang diperlikan agar web site Anyer dapat diakses dan ditemukan oleh target sasaran. Untuk dapat diakses, terlebih dahulu mendaftarkan alamat web site Anyer ke server layanan internet, dengan demikian publikasi dan penyebaran pun dapat direalisasikan.

Agar web site Anyer dapat diketahui oleh target sasaran dapat dengan cara menuliskan alamat web site Anyer pada media-media pendukung.

3.5.1. Pertimbangan Distribusi

Distribusi adalah bagaimana produk tersebut menjangkau masyarakat dan apa saja jalur distribusi yang menjadi pertimbangan dasar adalah bagaimana informasi yang diberikan adalah mampu dan sampai kepada sasaran sebanyak-banyaknya, seperti adanya kerja sama dengan pihak lain dengan memanfaatkan SDM setempat.

3.5.2. Jalur Distribusi

Untuk jalur distribusi web site dengan mendaftarkan alamat web site Anyer ke server layanan internet, sedangkan untuk distribusi media-media pendukung dapat melalui event-event.

3.6. Konsep Visual

Konsep visual merupakan, konsep yang menterjemahkan pesan iklan ke dalam bahasa visual dalam hal ini berkaitan dengan perwajahan iklan secara keseluruhan. Secara umum desain setiap media dirancang dengan menggunakan satu gaya dan memanfaatkan elemen-elemen grafis yang sama untuk setiap itemnya. Pemanfaatan elemen grafis yang sama dimaksudkan agar antar media memiliki keseimbungan visual. Dengan adanya kesinambungan visual maka khalayak akan menerima semua media ini terutama sebagai sebuah kesatuan yang utuh, sehingga kemungkinan khalayak akan terpengaruh dan mengingat pesan ini menjadi lebih kuat.

1.Tema Visual

Tema visual dari perancangan web site adalah " Memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang Objek wisata Pantai Anyer dengan adanya pemetaan lokasi secara topografi".

2.Gaya, Kesan dan Visual

Gaya yang diangkat dalam perancangan web site ini adalah berusaha untuk mengingatkan kembali agar target market dapat mengetahui informasi mengenai Kawasan Wisata Pantai Anyer Banten dan tempat-tempat menarik apa saja yang ada di kawasan Pantai Anyer di sana.

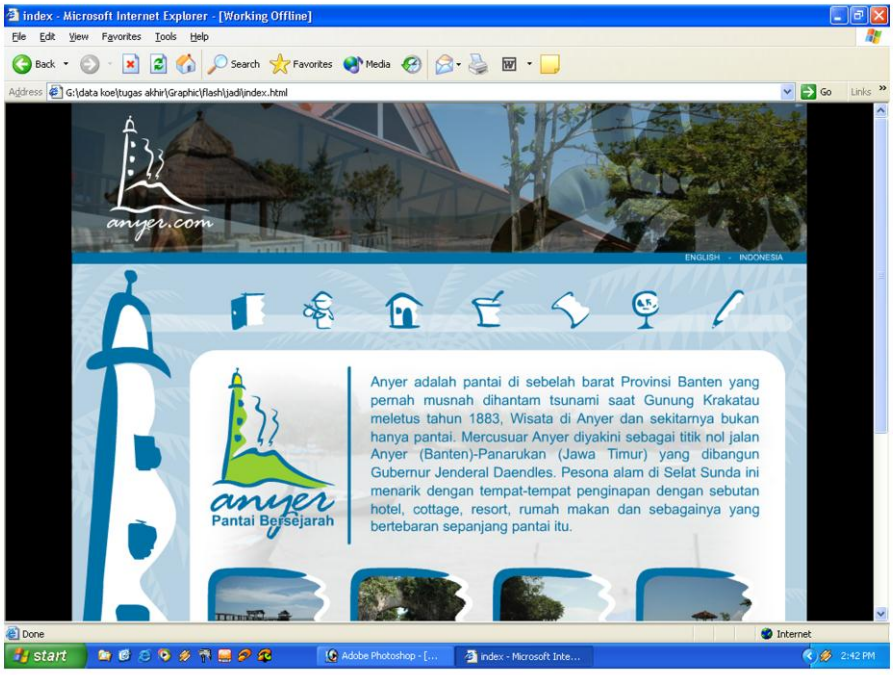
3. Format Desain

Format desain yang digunakan dalam perancangan web site ini adalah menggunakan foto dari sebuah wilayah Kawasan Wisata Pantai yang ada di Kawasan Wisata Pantai Anyer Banten sebagai elemen visual, agar konsumen (target market) terbayang langsung terhadap tempat wisata yang di tawarkan, hal ini ditujukan agar

yang melihat dapat mengerti mengenai Kawasan Wisata Pantai Anyer Banten.

4. Lay out

Dalam Perancangan web site unsur- unsur grafis yang dipakai dalam Promosi ini diramu menjadi satu kesatuan yang disusun dan ditempatkan pada tiap tampilan secara utuh dan terpadu sehingga memberikan kesan yang menarik.



Gambar 3.1. Lay Out

5. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan mengarah kepada keterbacaan dan kemenarikan huruf yang di gunakan adalah jenis huruf Serif (terkait) karna secara umum lebih mudah dibaca dan huruf di sini di jadikan media visual yang utama untuk mendukung media promosi.

Font : Verdana

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H i J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10.,'()!?/@%&-+=

Font : Arial

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H i J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10.,' ()!?/@%&-+=

Font: Rage Italic LET

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H i J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10.,' ()!?/@%&-+=

6. Warna

Pemilihan warna- warna pada media promosi menggunakan warna-warna yang familiar yang memberi nuansa Wisata sehingga menimbulkan kesan yang diinginkan. Warna pada media promosi Kawasan wisata pantai Anyer menggunakan warna biru karena identik dengan kawasan Pantai. Adapun warna- warna yang digunakan pada perancangan Promosi kawasan Wisata Pantai Anyer adalah :

	R : 175 G : 212 B : 0	C : 24 M : 0 Y : 100 K : 0
	R : 0 G : 115 B : 160	C : 94 M : 32 Y : 18 K : 0
	R : 255 G : 245 B : 0	C : 0 M : 0 Y : 100 K : 0
	R : 215 G : 237 B : 251	C : 10 M : 0 Y : 0 K : 0

Gambar 3.2. Warna

7. Logo

Visual yang digunakan pada Perancangan Identitas Promosi Kawasan Wisata Pantai Anyer menggunakan Menara Marcusuar, Gunung Krakatau dan Ombak menandakan Identitas Visual ini adalah Kawasan Pantai.

Bersejarah adalah berkaitan dengan sejarah masa lalu yang cukup diingat karena letusan gunung krakatau yang melegendaris sampai menggemparkan dunia pada tahun 1883. dan pesona Marcusuar peninggalan belanda yang dibangun pada tahun 1885.



Gambar 3.3. Logo

8. Icon

Icon yang digunakan pada perancangan web site ini menggunakan gaya tradisional yang disesuaikan pada positioning “Anyer Pantai Bersejarah”. Tradisional yang berarti masa yang lalu, erat kaitannya dengan sejarah atau tradisi kebudayaan.



Gambar 3.4. Icon

BAB IV
TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1. Teknis Produksi.

Dalam memasukan teknis media, terlebih dahulu kita harus menyiapkan beberapa rencana yang terdiri dari beberapa tahap. Tahap pertama yang harus dilakukan pada pembuatan web site Kawasan Wisata Pantai Anyer Anyer adalah mempersiapkan segala peralatan, data dan sarana penunjang yang dibutuhkan dalam pembuatan web site iniadalah *Hardware* dan *Software.* Tahap ini sangat penting dalam proses pembuatan web site Kawasan Wisata Pantai Anyer, agar pada pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar.

Tahap berikutnya adalah tahap perencanaan, tahap ini terdiri dari penentuan ide atau gagasan, site map, studi icon, dan penempatan elemen-elemen multimedia serta desain dan produksinya.

4.1.1. Hardware (Perangkat Keras)

Melalui kecanggihan yang dimiliki komputer para desainer dapat melakukan pekerjaan dengan mudah.

Hardware yang mendukung dalam proses website ini adalah sebagai berikut:

- Monitor (Samsung 17’Inc)
- Processor (AMD Athlon 1,1 GHz)
- Memory (DDR1 521 MB)
- Hardisk (Maxtor 40 GB)
- Printer (Epson C45)

4.1.2. Software (Perangkat Lunak)

Dalam perancangan web site Kawasan Wisata Pantai Anyer, penggunaan fasilitas kerja perancangan merupakan pemanfaatan fungsi software grafis, diantaranya:

- Adobe Photoshop

  Pada perancangan web site ini software Adobe Photoshop digunakan untuk pengolahan image fotografi (editing foto).

- Corel Draw X3

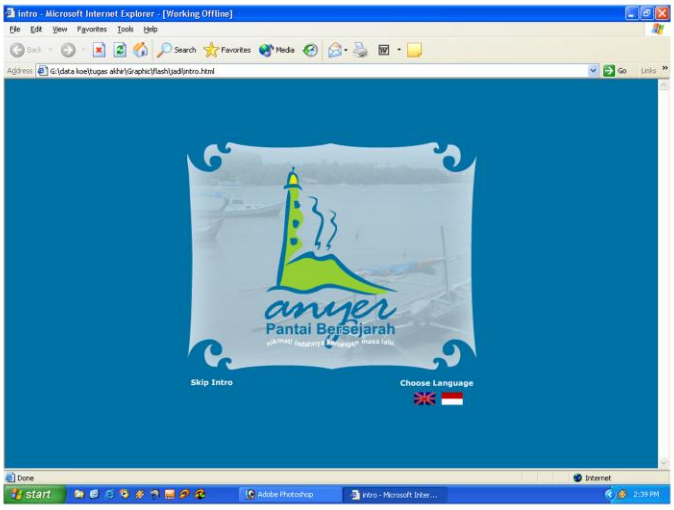
  Software Corel Draw X3 digunakan untuk membuat icon, ilustrasi, logo dan tampilan dari tiapa halaman yang ada didalam web site Kawasan Wisata Pantai Anyer.

- Macromedia Flash 8

  Digunakan untuk mengolah animasi dan menghubungkan tampilan satu dan tampilan lainnya.

4.2. Interface Media

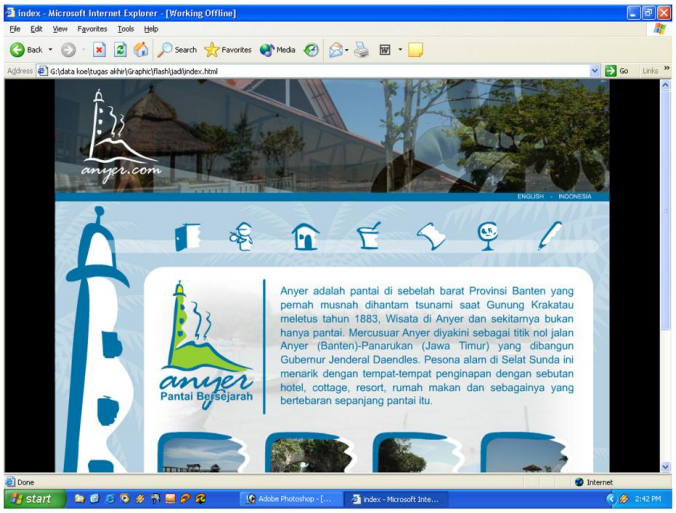
1. Intro



Gambar 4.1. Intro

Tampilan yang berisikan peta dan foto slide Kawasan Wisata Pantai Anyer dan icon pilihan bahasa.

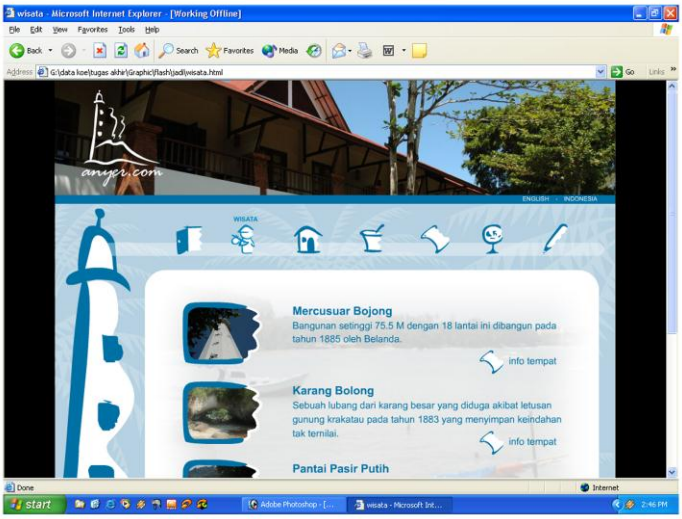
2. Home



Gambar 4.2. Home

Tampilan yang berisikan deskripsi dan foto tentang Kawasan Wisata Pantai Anyer.

3. Wisata



Gambar 4.3. Wisata

Tampilan yang berisikan lokasi wisata Kawasan Wisata Pantai Anyer yang disertai dengan deskripsi, keterangan harga dan fasilitas.

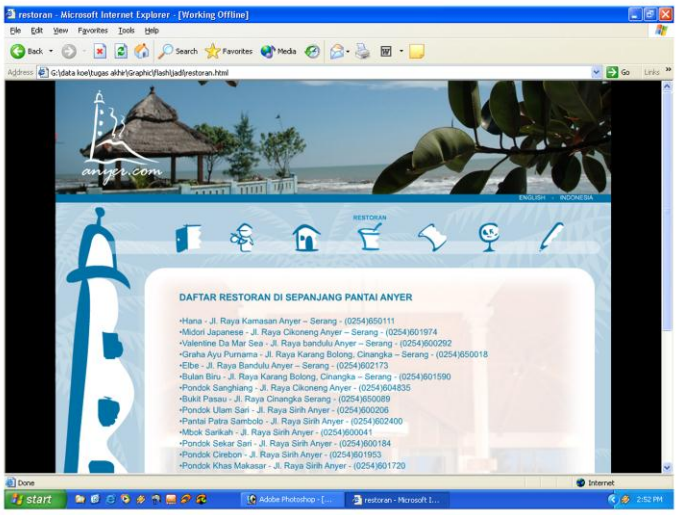
4. Wisata



Gambar 4.4. Penginapan

Tampilan yang berisikan alamat dan daftar harga penginapan di Kawasan Wisata Pantai Anyer.

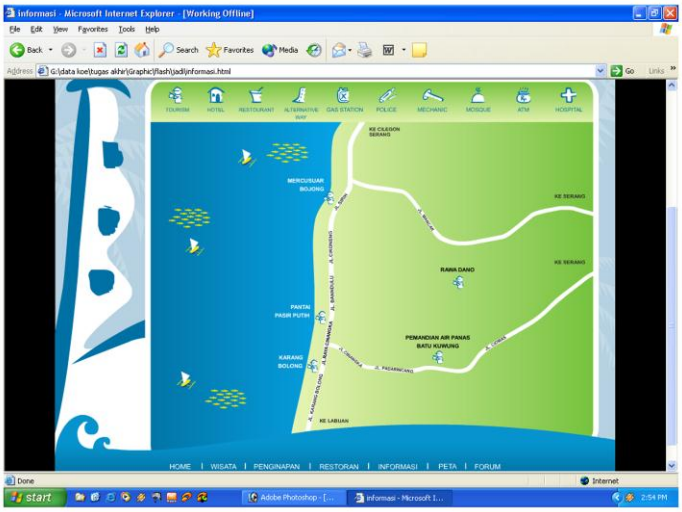
5. Restoran



Gambar 4.5. Restoran

Tampilan yang berisikan alamat restoran di Kawasan Wisata Pantai Anyer.

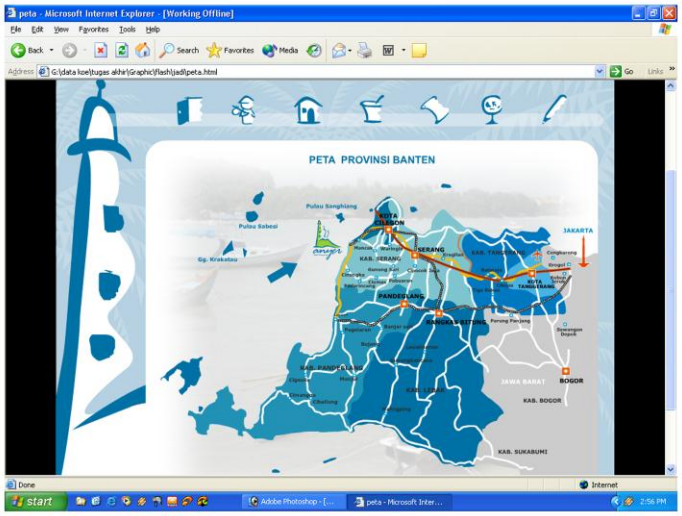
6. Informasi



Gambar 4.6. Restoran

Tampilan yang berisikan informasi lokasi wisata, sarana dan prasarana Kawasan Wisata Pantai Anyer.

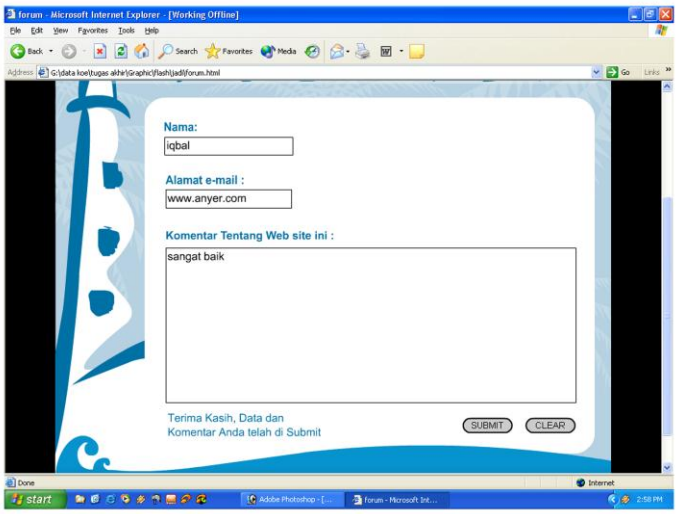
7. Peta



Gambar 4.7. Peta

Tampilan yang berisikan Peta lokasi Kawasan Wisata Pantai Anyer.

8. Forum



Gambar 4.8. Forum

Tampilan yang berisikan Komentar tentang website Kawasan Wisata Pantai Anyer.