BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi Perancangan dalam pembuatan media informasi *snorkeling* sebagai promosi wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau ini adalah dengan melakukan pendekatan secara keseluruhan.

Dalam strategi perancangan diperlukan strategi komunikasi yaitu suatu cara yang menjelaskan tujuan dalam berkomunikasi, untuk membangun kepercayaan dengan melakukan pendekatan-pendekatan.

Strategi-strategi yang akan dilakukan yang pertama adalah dengan melakukan pendekatan komunikasi yang langsung ditujukan terhadap target sasaran, kemudian melakukan strategi kreatif dan pemilihan-pemilihan media yang efektif dan efisien terhadap target sasaran.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Dalam proses penyampaian pesan, ide, gagasan dari satu pihak kepada pihak lain 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).

Perancangan komunikasi visual kali ini menyampaikan suatu informasi tentang kemudahan *snorkeling* di wisata alam bawah laut di pantai Teluk Limau melalui konsep desain yang bisa menarik perhatian masyarakat, remaja pada khususnya. Untuk menciptakan desain yang informatif dan komunikatif, tipografi, ilustrasi dan warna merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan dari elemen desain. Dalam perancangan suatu karya desain pemilihan elemen tipografi, ilustrasi dan warna sangatlah penting kedudukannya sehingga harus dipikirkan dan direncanakan dengan baik karena dapat

mempengaruhi karya desain tersebut.

Bahasa yang digunakan dalam promosi ini menggunakan bahasa yang sering digunakan para remaja (*Prokem*) dan bahasa inggris yang bertujuan agar pesan yang disampaikan diterima dengan baik terhadap remaja kelas menengah, karena bahasa dapat mempengaruhi proses pemikiran (*kognitif)* seseorang.

Secara pendekatan verbal pada perancangan promosi ini menggunakan pesan-pesan yang berhubungan dengan minat atau hobi dari target sasaran.

Dalam perencanaan promosi Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau dibutuhkan beberapa tahapan pembuatan media promosi.

III.1.1.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan ditampilkan dalam media promosi ini adalah ilustrasi yang telah mengalami proses komputerisasi yang digabungkan dengan elemen-elemen desain seperti tipografi, warna, layout dan komposisi untuk memberikan pesan yang ingin disampaikan dari potensi-potensi yang ada di Wisata Alam Bawah Laut.

Dari visualisasi tersebut, ingin memberikan kesan mudahnya *snorkeling* untuk menikmati keindahan alam bawah laut Pantai Teluk. Ini dimaksudkan agar keindahan alam bawah laut Pantai Teluk Limau dapat terlihat dari visual promosi yang ditampilkan sehingga pesan yang ingin disampaikan lebih informatif.

Pemilihan warna-warna sesuai dengan warna-warna remaja usia 15-18 tahun yaitu warna-warna yang cerah seperti biru, oranye, hijau dan sebagainya. Komposisi layout yang ditampilkan tidak kaku atau dinamis.

Pemilihan *image* tersebut, dimaksudkan agar visual tersebut ditujukan ke target sasaran dan di artikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan keindahan wisata alam bawah laut.

Diharapkan visual ini memperlihatkan langsung kemudahan di keindahan wisata alam bawah laut.

III.1.1.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yaitu ungkapan secara lisan yang digunakan dalam memperkenalkan Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau meliputi : pembuatan *tagline* visual, dan pencarian gagasan visual, yaitu :

1. Pembuatan *Tag Line* Visual

Konsep pendekatan kreatif dalam pembuatan *tagline* visual mulai dari pembuatan *positioning* yang kemudian didapatkan sebuah *keyword* visual.

Pertimbangan dari *unique selling point* alam bawah laut Pantai Teluk Limau dapat disimpulkan Positioning Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau adalah sebagai Wisata Alam Bawah Laut yang bisa dilihat keindahan biota laut hanya dengan melakukan selam dangkal secara rata-rata kedalamannya sekitar 2,5 meter. Di Laut Pantai Teluk Limau bisa menikmati keindahan bawah lautnya hanya dengan melakukan selam dangkal (*Snorkeling*) tanpa menyelam terlalu dalam.

Kemudian ditemukan kata "*Go Easy Go Happy*" sebagai *tagline* visual.

2. Pencarian Gagasan Visual

Pencarian gagasan visual berawal dari pemahaman *tagline* visual dan pesan yang ingin disampaikan ke target sasaran . berawal dari pesan apa yang harus disampaikan yaitu: kemudahan menikmati keindahan dan keunikan biota bawah laut.

Image yang ditampilkan dapat memunculkan emosi sewaktu melihat visual maupun bahasanya dan memotivasi target sasaran untuk tertarik mengunjungi.

III.1.1.3 Materi Pesan

Informasi kemudahan-kemudahan *snorkelin*g untuk melihat keindahan berwisata di alam bawah laut Pantai Teluk Limau.

III.1.2 Strategi Kreatif

Kreatif adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam bentuk karya baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada, yang belum pernah ada sebelumnya dengan menekankan kemampuan yaitu yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengkombinasikan, memecahkan atau menjawab masalah

Untuk menarik minat para wisatawan adalah dengan cara memberikan tema yang dapat menggugah hati, melalui media perancangan dengan mengutamakan tampilan visual yang memiliki kesan unik dan keindahan Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau.

Pendekatan kreatif yang dipilih pada perancangan promosi ini adalah dengan menampilkan gabungan ilustrasi digital dan fotografi.

III.1.3 Strategi Media

Media yang digunakan adalah media-media mudah diakses target sasaran dan dekat dengan keseharian target sasaran.

III.1.3.1 Pemilihan Media

Didasarkan pada permasalahan, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Berikut ini pemilihan media :

1. Media Utama

Media Utama yang digunakan adalah *Website* karena media ini bisa dijangkau tanpa batas jarak. mudah dalam segala hal baik dari pihak Pantai Teluk Limau maupun dari pihak target audiens. Untuk memperlihatkan keindahan dan kehidupan bawah laut dibutuhkan suatu media yang terdapat visual-visual yang bergerak yang memperlihatkan langsung keindahan Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau.

Struktur-struktur materi pada *website lautlimau.com* ini antara lain :

- Index yaitu merupakan halaman pembuka saat masuk ke alamat *website*
- Beranda yaitu merupakan halaman utama pada *website* yang didalamnya berisi informasi-informasi umum tentang wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau.
- *Snorkeling* yaitu merupakan halaman yang berisi tentang informasi-informasi kemudahan *snorkeling* di alam bawah laut Pantai Teluk Limau
- Biota Laut yaitu merupakan halaman yang berisi tentang informasi-informasi biota laut alam bawah laut Pantai Teluk Limau yang bisa dilihat dengan melakukan *snorkeling*.
- Galeri yaitu merupakan halaman yang berisi foto-foto yang berhubungan dengan *snorkeling* dan biota laut di wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau.
- Kontak yaitu merupakan halaman yang berisi alamat, peta lokasi dan kotak pesan wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau.

2. Media Promosi Pendukung

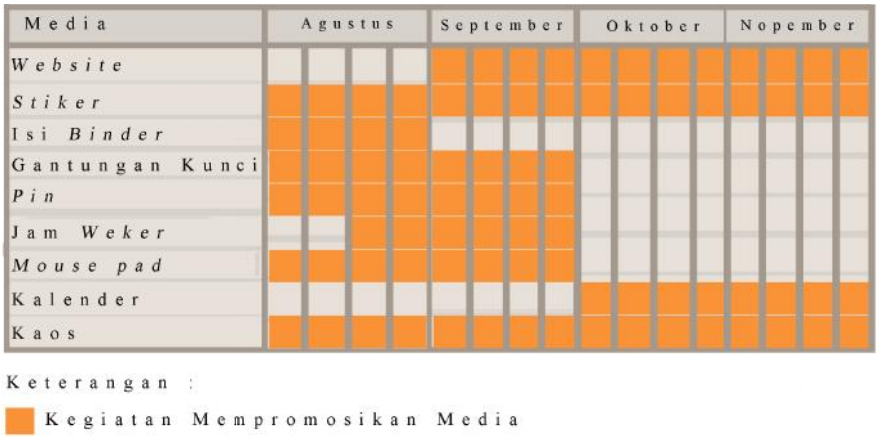
Media pendukung dari media utama dari promosi wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau ini adalah

- *Couple T-shirt* (baju kaos pasangan) tujuan pembuatannya adalah untuk *souvenir*, dan apabila dilihat oleh masyarakat umum maka nama objek wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau akan dikenal oleh masyarakat luas.
- Stiker merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang fleksibel, bisa ditempel dimana saja.
- isi binder merupakan suatu media yang berdekatan dengan keseharian remaja (SMA)
- kalender duduk merupakan media efektif yang bisa digunakan dalam jangka waktu yang panjang.

- jam *weker* merupakan suatu media promosi yang berfungsi juga sebagai pengingat waktu dalam keseharian target sasaran.
- gantungan kunci dan *pin* sebagai *aksesoris* yang dapat digunakan untuk tas, kunci motor dan sebagainya
- *mouse pad* merupakan media pendukung yang dapat mengingatkan media utama secara efektif karena pemakaiannya selalu berada ditempat yang setiap hari dapat digunakan.

Semua media ini berfungsi dalam keseharian target audiens dan pendukung supaya target audiens menggunakan media utama (*website*). Media ini digunakan karena biayanya lebih rendah serta media ini langsung ke target sasaran. Penempatan media ini akan ditempatkan di tempat pembelian atau penyewaan alat-alat snorkeling, tempat-tempat favorit target audiens seperti pantai,toko buku dan pusat keramaian.

III.1.4 Strategi Distribusi



Gambar III.1 Jadwal penyebaran media

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

Pada Strategi distribusi media utama *website* ada suatu cara yang diperlukan agar *website* ini dapat diakses dan ditemukan oleh target sasaran yaitu dengan terlebih dahulu mendaftarkan alamat *website* ke server layanan internet,

dengan demikian publikasi dan penyebaran pun dapat direalisasikan. Agar *website* dapat diketahui oleh target sasaran dapat dengan cara menuliskan alamat *website* yaitu *www.lautlimau.com* pada media-media pendukung.

Distribusi Media akan dilaksanakan awal ajaran sekolah sampai akhir tahun. Sebulan sebelum *website launching* akan dimulai penyebaran media pendukung untuk memperkenalkan media utama. Pada bulan agustus dan bulan September disebarkan media-media yang berfungsi sebagai peralatan dan aksesoris sekolah target sasaran.

Media stiker dan kaos disebarkan dari bulan agustus sampai dengan bulan November karena media ini sebagai memperkenalkan media utama dan mengingatkan kembali media utama. Kalender akan disebarkan menjelang akhir tahun karena kalender dibutuhkan pada awal tahun baru.

Distribusi media-media pendukung dapat disebarkan di tempat-tempat penjualan *souvenir*, ditempat-tempat keramaian seperti *mall*, pantai, disekolah-sekolah SMA, ditempat nongkrong anak muda, karena menyesuaikan dengan target sasaran.

III.2 Konsep Visual

Secara keseluruhan identitas visual yang akan ditampilkan pada promosi Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau memadukan antara konsep Fotografi dan Ilustrasi dengan pemilihan ilustrasi visual, yang meliputi :

III.2.1 Format Desain

Dalam perancangan promosi Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau, media yang akan ditampilkan lebih mengutamakan penyampaian informasi yang lebih dalam, serta mencoba memunculkan daya tarik dari informasi yang akan disampaikan.

Ukuran 1024 x 768 pixels sesuai dengan monitor *wide screen* pada layar monitor.

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout menggunakan konsep yang memperlihatkan ilustrasi alam dan snorkeling yang mewakili ciri khas dari wisata bawah laut Pantai Teluk Limau. Layout disesuaikan dengan penerapannya di media promosi. Agar dapat dilihat lebih menarik oleh target sasaran, maka tata letak sedikit berubah-ubah sesuai media agar menghilangkan kejenuhan dan kebosanan sewaktu melihat.



Gambar III.2 Layout beranda

Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

III.2.3 Tipografi

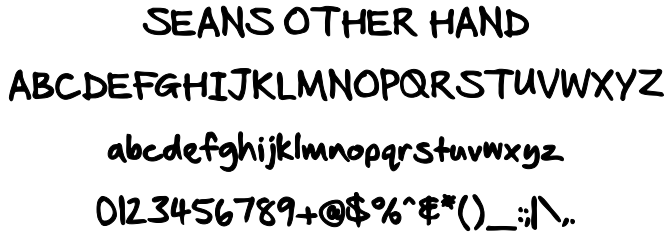
Jenis huruf yang digunakan untuk judul dan *tag line* visual menggunakan jenis huruf *Ransomnote* yang berbentuk tidak konsisten sesuai dengan target audiens yaitu remaja pertengahan yang bersifat labil.



Jenis huruf yang digunakan untuk nama teluk limau menggunakan jenis huruf *quiff* yang bertekstur lembut dan bergelombang untuk memberi kesan air.



Jenis huruf yang digunakan teks-teks pendukung menggunakan jenis huruf *seans other hand* yang memiliki karakter lembut dan keterbacaan yang lebih jelas



III.2.4 Ilustrasi

Menampilkan ilustrasi digital yang menampilkan kesan alam Pantai dan snorkeling agar sasaran dapat bisa membayangkan Kemudahan *Snorkeling* di Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau.



Gambar III.3 Ilustrasi alam pantai
Sumber : Dokumen Pribadi (2012)



Gambar III.4 Ilustrasi orang sedang *Snorkeling*
Sumber : Dokumen Pribadi (2012)

III.2.5 Fotografi

Fotografi yang ditampilkan adalah foto-foto langsung aktifitas snorkeling dan keindahan alam bawah laut Pantai Teluk limau untuk menampilkan kesan keindahan dan *real* (nyata).



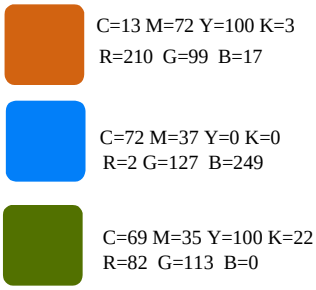
Gambar III.5 Fotografi orang sedang *Snorkeling*
Sumber : Tim Eksplorasi Terumbu Karang UBB (2011)



Gambar III.6 Biota laut pantai Teluk Limau
Sumber : Dokumen Pribadi (2012**)**

III.2.6 Warna

Warna yang akan digunakan adalah berbagai macam warna yang diambil dari unsur-unsur Alam Pantai dan biota-biota khas alam bawah laut Teluk Limau . Warna-warna yang dominan digunakan dalam media-media promosi Wisata Alam Bawah Laut Pantai Teluk Limau adalah :



Gambar III.7 Konsep warna.
Sumber : Dokumen Pribadi (2012**)**

Warna biru memberikan kesan teknologi, tenang, air laut. warna hijau adalah mewakili dari alam, relaksasi, menenangkan pikiran. Warna oranye merupakan simbol dari kehangatan dan kesehatan pikiran **(**Kusrianto, 2007, h.47).

Warna yang dominan digunakan adalah warna oranye karena selain diambil dari unsur warna ikan badut (biota laut yang paling banyak di laut teluk limau), juga memberikan kesan cuaca yang panas di Bangka Belitung.

III.2.7 Elemen Visual



Gambar III.8 Elemen visual
Sumber : Dokumen Pribadi (2012**)**

Visual ini merupakan ikon-ikon yang terdapat pada media utama. Ikon yang berilustrasikan pantai merupakan ikon konten beranda, ikon yang berilustrasikan kacamata snorkel merupakan konten snorkeling, ikon yang berilustrasikan ikan merupakan ikon konten biota laut, ikon yang berilustrasikan mutiara merupakan ikon konten galeri dan ikon yang berilustrasikan *waterboard*

merupakan ikon konten kontak.

Berbagai macam warna pada ikon ini disesuaikan dengan target sasaran yaitu remaja yang menyukai banyak warna.

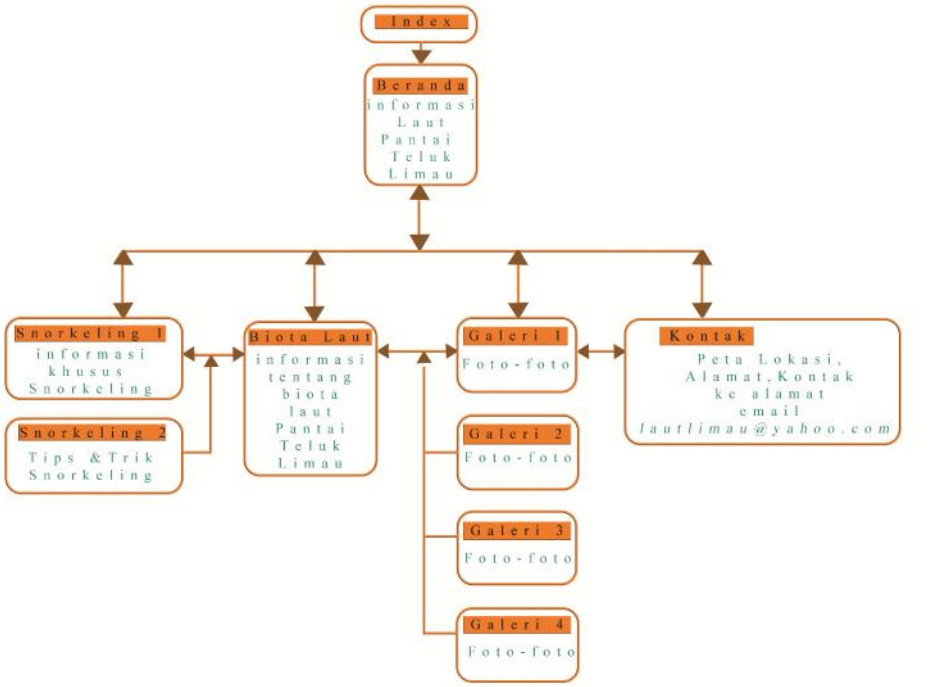
III.2.8 Sound

Sound-sound yang berhubungan dengan suara air digunakan pada media yang menggunakan latar belakang suara. Contoh sound yang digunakan adalah *sound effect flowing water.wav.*

Pada media utama juga menggunakan sound dari lagu yang berjudul alam wisata pulau Bangka untuk memberikan kesan wisata pantai dibangka.

III.2.9 *Site map* / Sistem Navigasi

Pada konten beranda menampilkan penjelasan tentang fakta-fakta yang terdapat pada alam bawah laut Pantai Teluk Limau, pada konten *snorkeling* menjelaskan tentang *snorkeling* dan kemudahan-kemudahan yang terdapat pada wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau, pada konten biota menampilkan teks informasi dan visual tentang biota laut pada Pantai Teluk Limau, pada konten galeri menampilkan foto-foto tentang keindahan dan kemudahan berwisata di alam bawah laut Pantai Teluk Limau dan pada konten kontak menampilkan peta tentang informasi dan *contact form* tentang wisata alam bawah laut Pantai Teluk Limau.



Gambar III.9 Sistem Navigasi/ *Site Map*

Sumber : Dokumen Pribadi (2012**)**