BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan CD Interaktif Peta Wisata kepulauan Bangka Belitung melalui Program Visit Babel Archi menjadi media utama dalam promosi ini sebagai daya tarik wisatawan.

1.1.1 Strategi Komunikasi

Dalam perancangan CD interaktif ini sebagai media informasi dan promosi yang akan dibuat, strategi komunikasi memiliki peran yang penting, agar setiap pesan yang menjadi informasi bisa diterima dengan baik dan dimengerti oleh target audiens, sehingga mendapatkan aksi selanjutnya yaitu dapat berwisata di kepulauan Bangka Belitung.

Strategi komunikasi yang akan dilakukan yaitu membuat target audiens melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media informasi peta wisata ini dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat dan juga visual yang berhubungan dengan Kepulauan Bangka Belitung, agar dapat dimengerti dan dipahami.

1.1.1.1 Tujuan Komunikasi

Perancangan CD interaktif ini bertujuan agar membantu menemukan objek wisata serta sarana yang tepat bagi wisatawan, sehingga memudahkannya untuk berwisata di Kepulauan Bangka Belitung.

1.1.1.2 Pesan Utama/Tema

Pesan utama yang ingin disampaikan dalam perancangan media CD interaktif ini adalah rasakan bedanya wisata di Bangka Belitung. Informasi yang ingin disampaikan berupa peta wisata yang dilengkapi dengan detail seperti akomodasi penginapan, sarana publik, transportasi dan informasi pendukung pariwisata lainnya.

1.1.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam CD interaktif ini adalah peta wisata informasi mengenai kepulauan Bangka Belitung dengan dikemas semenarik mungkin agar wisatawan berminat untuk berwisata di kepulauan Bangka Belitung yang dilengkapi dengan foto, animasi dan teks. Informasi – informasi itu diantaranya adalah:

- Tempat Wisata

- Hotel
- Pelabuhan
- Bandar Udara
- Toko souvenir khas
- Dan lain – lain.

1.1.2 Strategi Kreatif

Proses tahapan dalam strategi kreatif perancangan CD interaktif peta wisata ini adalah memunculkan segala informasi detail yang mudah dipahami dari sisi informasi, keterbacaan, dan desain yang menarik serta memasukan unsur budaya dari sisi gambar, ilustrasi, dan suara pendukung.

1.1.3 Strategi Media

Agar dapat mempermudah proses penyampaian pesan dan informasi mengenai kepulauan Bangka Belitung maka strategi media sangat penting agar pesan yang disampaikan kepada orang – orang yang tepat.

Strategi media yang akan digunakan menyebarkan informasi ini adalah media yang dekat dengan target audiens agar pesan yang diinformasikan dapat dengan mudah untuk diterima.

3.1.3.1 Pemilihan Media

a) Media utama

- **CD interaktif**

Media utama yang diambil dalam promosi ini adalah CD interaktif. Karena media ini lebih bersifat personal, maka dapat secara langsung menuju target audiens secara tepat. CD interaktif dipilih sebagai media utama mengingat target audiens yang ditentukan adalah kalangan menengah ke atas dan sebagai media yang cukup mudah untuk dibawa.

b) Media Pendukung

- **Brosur Peta Wisata**

Agar para calon wisatawan dapat melakukan perjalanan dengan mudah di kepulauan Bangka Belitung, maka peta wisata ini diletakkan di titik yang sangat strategis seperti bandara, pelabuhan, terminal, tempat wisata, dan hotel.

- **Buku Panduan wisata**

Buku ini berbentuk media cetak yang terdiri dari informasi wisata yang ada di Bangka Belitung. Buku

ini disebarkan dibeberapa tempat seperti bandara, terminal, pelabuhan.

- **Kalender Meja**

Kalender meja digunakan sebagai *merchandise* yang penempatannya dapat di taruh di atas meja kerja/kantor, ruang tamu dan tempat-tempat yang sering dilihat, sehingga media kalender dapat berfungsi sebagai pengingat kembali kepada pengunjung yang pernah datang mengenai kawasan wisata. Kalender ini disebarkan kepada wisatawan, agen travel, dan instansi terkait.

- **Topi**

Topi berupa merchandise yang dapat digunakan dalam berwisata dan dijual kepada calon wisatawan ataupun wisatawan di toko merchandise, hotel, atau pun objek wisata yang telah ditunjuk.

- **Kaos**

Kaos berupa merchandise yang dapat dipakai sehari-hari sehingga pesan informasi tentang wisata Bangka Belitung dapat dengan mudah

diingat. Dijual kepada calon wisatawan ataupun wisatawan pada saat penyelenggaraan event pariwisata atau pun toko merchandise dan hotel.

- **Pin**

Pin berupa merchandise yang berfungsi sebagai aksesoris yang dipakai oleh mereka yang pernah berwisata di Bangka Belitung sehingga dapat mengingat kembali saat melihat media ini. Penyebarannya dapat dijual kepada calon wisatawan ataupun wisatawan pada saat penyelenggaraan event pariwisata atau pun toko merchandise.

- **Gantungan Kunci**

Gantungan berupa media gimmik/merchandise sebagai cinderamata yang berfungsi mengingat kembali bahwa pernah berwisata di Bangka Belitung. Media ini dijual kepada calon wisatawan ataupun wisatawan pada saat penyelenggaraan event pariwisata atau pun toko merchandise dan hotel.

- **Stiker**

Stiker berupa media cetak yang dapat ditempel di kaca mobil atau rumah sebagai media pengingat dan informasi bagi orang lain. Media ini dijual kepada calon wisatawan ataupun wisatawan pada saat penyelenggaraan event pariwisata, dari tempat objek wisata, toko merchandise, dan lain – lain.

1.1.4 Strategi Distribusi

Agar informasi ini sampai kepada target sasaran maka perlu dilakukan strategi dalam mendistribusikan media informasi ini.

Adapun yang menjadi bagian dari strategi distribusi media, yaitu distribusi media berdasarkan waktu penyebarannya, distribusi media berdasarkan lokasi penyebaran.

Media	Lokasi penyebaran	Waktu Penyebaran
CD Interaktif	Toko buku, toko merchandice, website.	Sepanjang Tahun 2011
Brosur	Bandara, pelabuhan, terminal, objek wisata, hotel, website	Sepanjang Tahun 2011
Buku	Bandara, Pelabuhan, Terminal, objek wisata, hotel, website	Sepanjang Tahun 2011
Kalender	Toko merchendice, travel agent, instansi pemerintahan, swasta	Bulan Januari 2012
Stiker	Toko Merchandice, objek	Sepanjang Tahun 2011

	wisata, website	
Pin	Toko Merchandice, objek wisata, website	Sepanjang Tahun 2011
Gantungan Kunci	Toko Merchandice, objek wisata, website	Sepanjang Tahun 2011
Topi	Toko Merchandice, objek wisata, website	Sepanjang Tahun 2011
Kaos	Toko Merchandice, objek wisata, website	Sepanjang Tahun 2011

Tabel 3.1 Penyebaran Media

Waktu penyebaran media-media pendukung dan utama dilaksanakan sepanjang tahun dan di beberapa event pariwisata yang diselenggarakan Disbudpar baik di dalam maupun luar negeri.

3.2 Konsep visual

Pada tahap konsep visual, sebuah informasi dirancang secara terpadu mulai dari foto, ilustrasi, dan elemen pendukungnya. Pendekatan yang dilakukan dalam konsep visual ini adalah pada budaya masyarakat setempat seperti bangunan khas, kain khas, alat musik tradisional, dan lain-lain. Hal ini akan mempengaruhi dari sisi format desain, layout, tipografi dan lain-lainnya.

3.2.1 Format Desain

Melalui pendekatan unsur budaya pada media informasinya diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Dalam

format desainnya dimasukkan unsur ilustrasi, foto, teks dan animasi pada media utama yaitu CD interaktif. Untuk media pendukungnya, format desain terdiri dari unsur teks, foto dan elemen pendukung lainnya.

3.2.2 Tata Letak

Tata letak atau layout yang digunakan dalam cd interaktif ini lebih menonjolkan informasi yang akan disampaikan sehingga target sasaran dapat mengetahui dengan mudah informasi yang disampaikan melalui visual teks, dan suara. Karena temanya adalah peta wisata, maka layout yang digunakan hampir menyerupai peta pada umumnya namun ada sedikit perbedaan dari warna dan elemen pendukungnya. Dari segi keseimbangan elemen pada layoutnya digunakan keseimbangan asimetris, sehingga tampilannya terlihat dinamis.

3.2.3 Tipografi

Unsur tipografi dalam perancangan cd interaktif ini menjadi sangat penitng, karena informasi berupa teks akan ditampilkan melalui tipografi yang pas sehingga menyatu dengan tema yang ada.

Jenis huruf yang digunakan adalah:

c) Damn Noisy Kids

Huruf ini dipilih sebagai judul utama pada cd interaktif karena mewakili karakter yang kuat terhadap temanya.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T 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 v w x y z

, . / ; ‘ - = + : “ ? ! @ # $ % & * ( )

1 2 3 4 6 7 8 9 0

d) Candara

Huruf ini digunakan pada sub headline dan body text pada menu cd interaktif. Dengan desain huruf yang sederhana dan mudah dibaca.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T 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 v w x y z

, . / ; ‘ [ ] - = _ + { } : “ < > ? ! @ # $ % ^ & * ( )

1 2 3 4 6 7 8 9 0

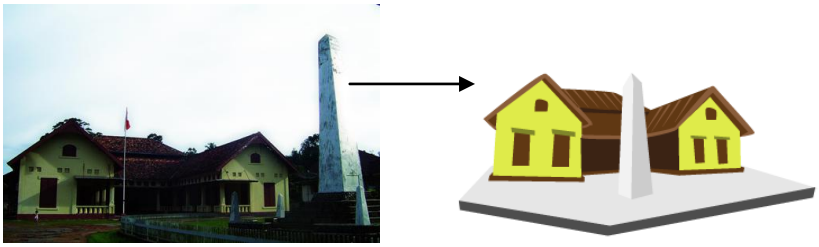
3.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan elemen yang berpengaruh dalam cd interaktif ini, karena cd interaktif ini kurang lebih 50% terdiri dari ilustrasi yang meliputi ikon tempat wisata, tombol navigasi dan elemen pendukungnya yang berbentuk ilustrasi.

Penggunaan gaya ilustrasi sederhana dengan teknik vektor pada beberapa tampilan visualnya. Pada ikon – ikon tempat digunakan teknik transformasi kedalam bentuk vektor dari referensi visual yang ada.



Gambar 3.1 Peta wisata Melaka



Gambat 3.2 Transformasi ikon tempat wisata

3.2.5 Warna

Setiap warna yang dipakai pada media informasi ini melalui pendekatan budaya daerah setempat, mulai dari pakaian adat, alat musik tradisional, kain khas dan elemen pendukung lainnya yang berhubungan dengan informasi yang ingin disampaikan.

Ada beberapa warna yang dipakai dalam pembuatan media informasi ini. Diantaranya adalah sebagai berikut.



C: 0 R: 255
M: 14 G: 204
Y: 8

Warna ini digunakan pada latar aplikasi media.Diadaptasi dari warna kain khas Bangka Belitung yaitu kain cual yang bewarna kuning ke emas-emasan.



C: 75 R: 0
M: 0 G: 204
Y: 100 B: 0
K:0

Warna hijau ini melambangkan warna daratan yang hijau yang melambangkan kesuburan dari suatu pulau. Pada media digunakan sebagai warna pulau.



C: 70 R: 0
M: 33 G: 180
Y: 0 B: 220
K: 0

Warna ini melambangkan birunya laut, dipilih karena kepulauan Bangka Belitung dikelilingi oleh laut, sebagai identitas sebuah daerah kepulauan warna ini cocok untuk digunakan pada aplikasi media.



C: 25 R: 89
M: 75 G: 49
Y: 73 B: 32
K: 68

Warna ini digunakan pada informasi dan subjudul di media utama. Warna ini memberikan kesan yang alami dan natural yang merupakan unsur dari sebuah tumbuhan atau pohon.



C: 100 R: 89
M: 100 G: 49
Y: 100 B: 32
K: 00

Warna ini digunakan sebagai teks informasi pada media. Warna ini dipilih karena memiliki keterbacaan yang jelas pada teks.