BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan ini merupakan langkah-langkah perencanaan dalam upaya penyampaian informasi tentang bagaimana kegiatan mendaki gunung dapat dilaksanakan dengan aman dan nyaman bagi target audiens yaitu pendaki pemula. Secara umum, strategi ini dibuat melalui proses perancangan media dengan memaparkan konsep-konsep desain visual yang informatif, tetapi tetap terlihat menarik agar pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesan yang membosankan.

Strategi perancangan yang dilakukan terhadap beberapa pemecahan masalah dalam pembahasan ini adalah dengan merancang sebuah media informasi yang berbentuk sebuah buku panduan yang menerangkan langkah-langkah dalam mempersiapkan kegiatan pendakian. Buku panduan ini disusun dengan konsep ilustrasi visual berupa gambar-gambar vektor yang disisipkan pada informasi yang disampaikan, sehingga ilustrasi tersebut mempermudah pembaca dalam memahaminya.

Pada dasarnya strategi perancangan ini bertujuan untuk memecahkan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Sedangkan menurut fungsinya, perancangan ini merupakan media penyampaian pesan dan informasi kepada pendaki pemula, sehingga pesan dan informasi tersebut dapat dijadikan panduan yang

bermanfaat, serta mampu merubah pola pikir pendaki pemula kearah yang lebih positif yaitu dengan lebih peka terhadap keselamatan dalam mendaki gunung. Untuk dapat mencapai fungsi dan tujuan dari perancangan media informasi ini, maka penulis menerapkan sebuah strategi komunikasi dan penyusunan materi pesan yang sistematis demi efisiensi penyampaian informasi secara keseluruhan.

3.1.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi kegiatan pendakian gunung ini adalah komunikasi secara langsung dan jelas kepada khalayak yang dituju (*target audience*). Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia yang baik, benar, dan resmi, mengingat target audiens adalah pendaki pemula yang membutuhkan informasi yang jelas dan mudah dipahami. Penggunaan Bahasa Indonesia yang baik, benar dan resmi juga dimaksudkan untuk meminimalisir kesalahan pemahaman dari pembacanya. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti akan menjadi poin lebih dari perancangan media informasi ini dalam melengkapi ilustrasi visual yang ditampilkan.

3.1.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi yang dibangun dalam perancangan ini adalah tercapainya pesan-pesan tentang prosedur keselamatan dalam berkegiatan

dialam terbuka serta pemaparan tentang langkah demi langkah persiapan yang harus dilakukan sebelum mendaki gunung. Pesan-pesan tersebut disampaikan kepada khalayak yang dituju dengan upaya-upaya pendekatan yang kreatif.

3.1.1.2 Materi Pesan

Materi-materi pesan yang menjadi inti dari informasi yang disampaikan, dibagi kedalam 3 tahapan kegiatan, yaitu pra-pendakian, pendakian, dan pasca pendakian.

Pra Pendakian

- Pada tahap ini materi yang dijelaskan adalah hal-hal yang menjadi prosedur dasar sebelum melakukan kegiatan pendakian, diantaranya adalah perencanaan pendakian, transportasi, pemahaman tentang kemampuan dasar, faktor-faktor bahaya, dan lain-lain.

Pendakian

- Tahapan pendakian merupakan tahapan teknis dilapangan, pada tahapan ini informasi yang disampaikan adalah hal-hal teknis tentang kegiatan pendakian, diantaranya adalah penanganan gawat darurat, teknik survival, cara membuat api, dan lain-lain.

Pasca Pendakian

- Pasca pendakian merupakan tahapan dimana seluruh kegiatan, mulai dari perencanaan hingga akhir kegiatan dievaluasi.

3.1.2 Strategi Kreatif

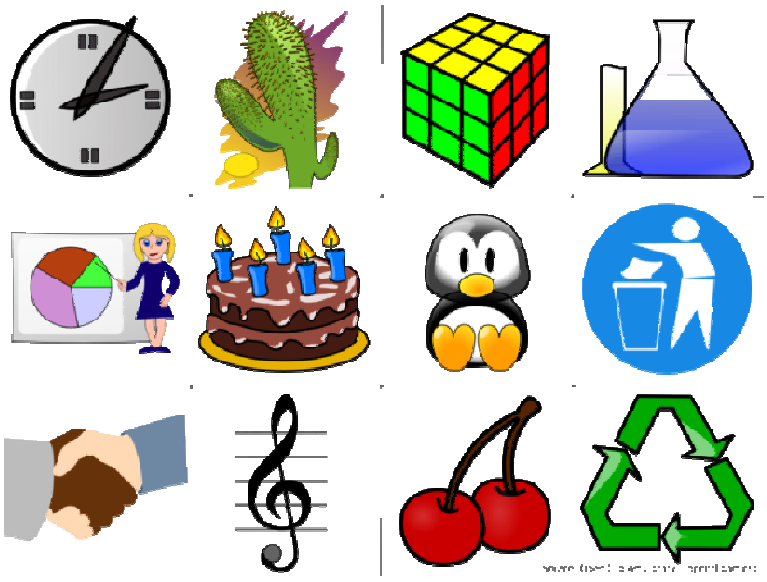
Pendekatan kreatif yang dilakukan pada strategi ini adalah dengan merancang dan mengemas informasi penting tentang prosedur keselamatan dalam kegiatan pendakian gunung, perancangan dan pengemasan informasi tersebut disusun kedalam media cetak yang berupa buku panduan bergambar yang menarik. Dalam perencanaan strategi kreatif ini dilakukan beberapa langkah-langkah proses desain untuk menunjang tercapainya tujuan perancangan yang telah ditentukan sebelumnya. Langkah-langkah tersebut adalah pendekatan unsur-unsur visual dan verbal, Studi terhadap target audiens, Serta analisa SWOT untuk melihat kekuatan dan kelemahan dari informasi yang dirancang.

3.1.2.1 Pendekatan Visual

Media informasi berupa buku panduan ini mempunyai segmentasi yang spesifik, dalam artian informasi yang disampaikan jelas kepada khalayak yang hobi atau ingin mendaki gunung.

Untuk dapat mencakup segmen yang dituju maka dilakukan pendekatan visual dalam perancangan ini, pendekatan yang dilakukan adalah menyandingkan informasi-informasi penting dengan ilustrasi bergaya *clip art*. Diharapkan gaya ilustrasi ini dapat menarik perhatian dan memunculkan niat baca target audiens.

Gaya gambar ilustasi *clip art* dapat menjadi nilai lebih bila dibandingkan dengan buku-buku yang sudah ada di pasaran. Informasi yang diberikan sangat banyak, hal ini juga yang melatarbelakangi mengapa gaya gambar ilustrasi dengan konsep *clip art* yang dipilih, karena salah satunya adalah untuk menghindari kejenuhan pembacanya dalam memahami informasi yang disampaikan.



Gambar 3.1: Contoh Ilustrasi Clip Art
Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Cliparts _%28 examples% 29.png

3.1.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang diterapkan adalah penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada bagian strategi komunikasi, hanya saja teknis atau teori komunikasi yang digunakan adalah komunikasi persuasif atau komunikasi yang diharapkan mampu merubah dan mempengaruhi sikap serta perilaku seseorang, sehingga bertindak sesuai dengan tujuan dirancangnya media informasi ini. Pendekatan verbal dengan persuasif juga dilakukan agar tercipta sebuah kesinambungan dengan tema visual yang diangkat, yaitu mengajak pembacanya agar sadar tentang langkah-langkah keselamatan dalam kegiatan pendakian.

Pendekatan verbal yang langsung menjelaskan kepada inti informasi memang dirancang agar media infromasi ini memenuhi unsur-unsur media yang efektif dan informatif, sehingga khalayak yang dituju dapat dengan mudah memahami informasi yang diberikan. Yang dimaksud dengan media yang efektif dan informatif adalah media yang mudah dan cepat dipahami ketika dibaca tanpa memerlukan penafsiran dan penjelasan orang lain.

3.1.2.3 Studi Target Audiens

Analisa yang dilakukan terhadap target audiens dimaksudkan untuk mengelompokan karakteristik, sifat, golongan, potensi, pengetahuan, dan perikalu khalayak yang dituju, analisa ini akan menentukan strategi perancangan dan konsep visual yang akan dibuat.

Dengan analisa yang mendalam maka akan muncul peluang dan hambatan yang akan dihadapi. Target audiens mempunyai perbedaan kebutuhan dalam setiap pesan yang disampaikan, oleh karena itu target audiens akan memberikan reaksi yang berbeda-beda untuk tiap pesan yang disampaikan kepadanya, sehingga dibutuhkan analisis yang dalam dan strategi yang tepat agar proses penyampaian pesan dapat terlaksana dengan efisien. Faktor-faktor yang menjadi dasar analisa target audiens ini adalah demografis, psikografis, geografis, dan behavioristik.

Demografis.

- Faktor ini menganalisa karakteristik segmen yang dituju berdasarkan data-data kependudukan dan status sosialnya, analisa ini dimaksudkan agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh golongan yang tepat. Kriteria yang akan dibahas meliputi umur, jenis

kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, agama, bahasa, dan kelas sosial.

Psikografis

- Faktor ini mengelompokan gaya hidup dan personalitas khalayak yang dituju serta mengukur kegiatan, minat dan tangapan terhadap informasi yang disampaikan. Kriteria yang akan dibahas meliputi gaya hidup, kepribadian, sikap, aktivitas, minat, pola pikir, persepsi, gaya berpakaian, serta merek yang sering digunakan.

Geografis

- Faktor geografis menganalisa target audiens berdasarkan kekhasan daerahnya. Kriteria yang dibahas meliputi negara, wilayah, Iklim, dan daerah potensial penyebaran informasi.

Behavioristik

- Faktor ini menganalisa perilaku target audiens dengan memperhatikan kelompok atau golongan tertentu berdasarkan pengetahuan, sikap, kegunan atau tanggapan terhadap informasi yang diberikan. Kriteria yang akan dibahas pada analisa ini terdiri dari faktor kesempatan, penggunaan waktu, manfaat yang dicari, status target, tingkat pemakaian, tingkat kebutuhan, cita rasa, dan ciri-ciri khusus.

Berikut ini adalah hasil dari analisa target audiens: (Dapat dilihat dibagian lampiran).

Sedangkan target audiens yang dipilih dan dikhususkan berdasarkan analisa tersebut adalah:

- **Jenis kelamin** : Laki-laki dan perempuan.
- **Kategori Status** : Pendaki Pemula.
- **Usia** : 17 tahun – 45 tahun.
- **Pekerjaan** : pelajar, mahasiswa, pegawai Swasta, pegawai negeri, dan pengusaha.
- **Pendidikan** : SMA dan Perguruan Tinggi.
- **Status Ekonomi** : Kalangan ekonomi menengah.

3.1.2.4 Analisa SWOT

Untuk mengukur dan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman terhadap media utama yang disampaikan kepada target audiens, serta untuk memberikan efektifitas dalam penyampaian informasi, maka dilakukanlah sebuah analisa dengan metode Analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Thereatment*).

Strength	Weakness	Opportunity	Thereatment
Dilengkapi dengan gambar-gambar ilustrasi yang menarik	Tidak semua informasi dapat di gambarkan dengan ilustrasi.	Tidak banyak buku materi pendakian gunung yang dikemas dengan gaya ilustrasi menarik dan penuh warna.	Mendaki gunung adalah aktifitas luar ruang, sehingga jika buku dibawa saat mendaki, ada kemungkinan rusak
Ukuran yang ergonomis sehingga mudah dibawa dan dibaca dimana saja.	Kurang dapat menampung banyak informasi.	Cakupan jumlah audiens yang cukup banyak.	Untuk menerapkan informasi yang ada dalam buku ini, perlu kesadaran tinggi pembacanya.

Tabel 3.1 : Analisa SWOT
Sumber: Pribadi

3.1.3 Strategi Media

Pemilihan media berfungsi untuk membatasi media yang digunakan dan disesuaikan dengan kebutuhan target audiens. Adapun media yang yang dipilih untuk perancangan Informasi ini terdiri dari media utama dan media pendukung.

3.1.3.1 Media Utama

Untuk dapat mendukung fungsi dan tujuan yang telah direncanakan tersebut maka media utama yang dipilih adalah buku pedoman kegiatan pendakian gunung. Media ini dipilih karena memiliki tingkat portabilitas yang tinggi dan untuk menggunakannya tidak tergantung kepada penggunaan teknologi seperti halnya pada cd interaktif atau media internet.

Pemilihan media ini dirasa tepat karena kegiatan mendaki gunung termasuk kedalam olahraga atau aktivitas luar ruang yang ekstrim (*Extreeme Outdoor Activity*). Buku panduan dapat menjadi media yang efektif karena mudah untuk digunakan dimana saja.

Bila ditinjau dari segi jangkauannya terhadap target audiens maka perancangan media informasi berupa buku panduan ini dapat mencakup semua segmen masyarakat baik dari segi ekonominya maupun tingkat sosialnya.

3.1.3.2 Media Pendukung

Sesuai fungsinya, media pedukung digunakan untuk mendukung tersampaikannya informasi yang terdapat pada media utama. Media pendukung yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

- Poster
- X-Banner
- Pin
- Botol Minum
- Topi

3.2 Konsep Visual

3.2.1 Logo

Logo merupakan sebuah Identitas visual yang dimaksudkan sebagai benang merah terhadap pesan yang disampaikan dalam media informasi yang dirancang. identitas visual ini juga berfungsi untuk menjaga kesinambungan antara media utama dan media-media pendukung lainnya. Berdasarkan tujuan dan strategi perancangan yang telah ditetapkan, maka identitas visual ini dibuat sebagai ciri khusus agar apa yang disampaikan dapat berjalan pada konsep awal yang telah ditentukan dan tidak keluar dari pesan utama yang disampaikan. Berikut ini adalah logo dari perancangan media informasi ini:



Gambar 3.2: Logo tema

Elemen-Elemen dari logo tema tersebut adalah sebagai berikut:

***Logotype* Jejak Pendaki**

- Mengambarkan identitas target audiens yaitu pendaki gunung.

***Logogram* Tapak Sepatu (*Boot Print*)**

- Melambangkan langkah-langkah prosedur yang harus dilaksanakan.

Warna Hitam

- Memberikan kesan tegas dan kuat, yaitu tegas terhadap diri sendiri untuk dapat disiplin menjalankan prosedur pendakian yang aman dan kuat menghadapi segala tantangan.

Warna *Orange*

- Memberikan kesan semangat, enerjik, dan dinamis. Warna *orange* dianalogikan dari sinar matahari pagi yang mengambarkan dimulainya sebuah hari baru.

Bentuk Segitiga

- Merupakan stilasi / penyederhanaan dari bentuk sebuah gunung, Bentuk segitiga juga digunakan untuk menggambarkan hubungan dan keterkaitan antara Tuhan, Manusia, dan Alam, bentuk segitiga ini juga difungsikan untuk mengganti huruf “A” pada kata jejak sehingga memberikan penekanan terhadap kesan pendakian gunung.

Sahabat Avonturir

- Element ini merupakan *tag line* dari media utama. Avonturir berarti juga petualang atau penggiat alam bebas.

Sedangkan filosofi yang terkandung pada logo diatas adalah sebagai berikut: Jejak langkah pendaki atau perilaku pendaki yang bijak tercermin dari sifat dan sikapnya yang tegas dan kuat untuk memegang prinsip-prinsip keselamatan dalam mendaki, mengenali kemampuan diri sendiri serta tidak pernah puas untuk belajar dan berlatih, sikap seperti ini diwakili dengan *logotype* ”Jejak Pendaki” yang diberi warna hitam untuk mewakili sikap tegas dan berani.

Huruf ”A” pada kata jejak ditutupi dengan bentuk segitiga, hal ini melambangkan hubungan antara Tuhan, Manusia, dan Alam. Posisi tuhan digambarkan pada puncak segitiga, memiliki kedudukan lebih tinggi dan mempunyai kekuatan yang tidak terbatas, sedangkan manusia dan alam berdampingan sejajar yang menggambarkan bahwa manusia dan alam sebagai makhluk ciptaan tuhan harus saling menghormati.

Tapak sepatu berwarna *orange* menggambarkan semangat dalam melangkah, tidak pernah putus asa, memiliki semangat hidup dan selalu belajar dari pengalaman untuk memperbaiki diri.

3.2.2 Tata Letak

Tata letak pada buku panduan ini dibuat menyesuaikan dengan jumlah dan banyaknya informasi yang disampaikan. Yang menjadi acuan dalam menyusun tata letak halaman media

utama adalah ilustrasi selalu diikuti dengan penjelasan-penjelasan pesan. Format yang digunakan dalam membuat media ini adalah potrait.

3.2.3 Tipografi

Dalam perancangan media informasi ini, digunakan tiga jenis huruf yang disesuaikan dengan penempatannya.

STENCIL
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 ~!@#$%^&*()_+<>?

Jenis huruf Stencil mempunyai ketebalan yang sangat kuat, sehingga tepat untuk ditampilkan sebagai headline atau judul utama, tujuannya adalah untuk menarik perhatian mata terhadap informasi yang ingin disampaikan.

BOULDER
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 ~!@#$%^&*()_+<>?

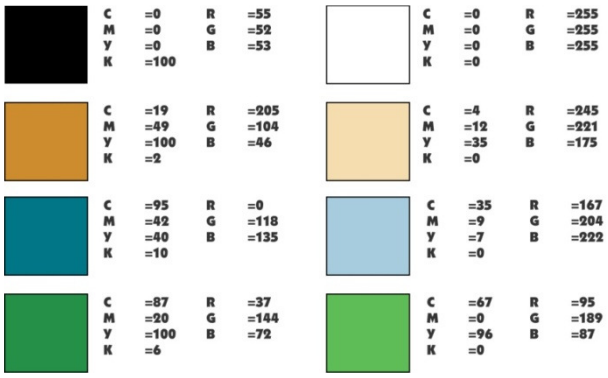
Sedangkan pada bagian sub-judul dipilih huruf yang tidak terlalu kaku, tetapi masih memiliki ketebalan yang cukup, jenis huruf yang digunakan adalah Boulder, tujuannya adalah untuk memberikan aksen/penekanan terhadap informasi yang sedang dibaca.

Calibri
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 ~!@#$%^&*()_+<>?

Penggunaan jenis font Calibri pada bagian body text dimaksudkan agar pembaca tidak lelah dalam menerima informasi, jenis huruf ini cukup sederhana sehingga mudah untuk dibaca.

3.2.4 Warna



Warna-warna yang digunakan diambil dari warna alam, hal ini dimaksudkan agar mengesankan nuansa yang alami. Warna hitam dan putih digunakan sebagai warna dasar dalam pemberian kesan kontras terhadap objek yang ditampilkan. Warna coklat dan coklat muda diambil dari warna tanah, warna coklat menggambarkan kegiatan lokasi mendaki gunung yang didominasi dengan tanah. Warna biru dan biru muda mengambarkan warna langit, langit merupakan simbol ketinggian yang melambangkan tingginya cita-cita. Warna hijau dan hijau muda diambil dari warna daun, warna ini menggambarkan sikap saling menghargai sesama manusia dan sikap peduli terhadap alam.