BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari beberapa pemecahan masalah dari Objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda mengenai kurangnya informasi kepada pengunjung yang datang. sebagai pemecahan masalah tersebut penulis merancang sebuah media informasi yang berbentuk sebuah Brosur yang berisi tentang informasi mengenai kawasan dari objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

3.1.1 Strategi Komunikasi

Pendekatan/Strategi komunikasi yang akan dilakukan yaitu membuat target audience melihat, membaca dan mengerti pesan yang disampaikan melalui media informasi dengan cara menggunakan gaya bahasa yang tepat dan juga visual yang menarik, agar dapat dimengerti oleh target sasaran atau audience, dan yang paling penting adalah menyebarkan informasi pada tempat yang tepat

3.1.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi merupakan suatu hal yang diharapkan dapat dicapai dari hasil kegiatan yang akan dilakukan, yaitu sebagai berikut :

Untuk memberikan informasi yang berguna bagi pengunjung yang datang mengenai objek-objek wisata yang ada pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dalam melaksanakan kegiatan berwisata.

3.1.1.2 Materi Pesan

Materi pesan merupakan hal-hal atau pesan yang nantinya akan disampaikan pada saat perancangan informasi tersebut agar isi pesan yang disampaikan lebih terarah, sehingga tujuan dari informasi tersebut dapat dicapai. Materi pesan yang akan disampaikan adalah mengajak para pengunjung untuk berpetualang pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, untuk lebih mengenal objek-objek wisata yang terdapat pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

3.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan adalah dengan cara mengemas informasi melalui tema petualangan mengenai objek-objek wisata yang ada dalam kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, serta dengan adanya ilustrasi peta lokasi tentang objek-objek wisata yang ada seolah mengajak para pengunjung menjelajah untuk mendatangi objek-objek wisata yang ada dalam kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

3.1.2.1 Pendekatan Visual

Strategi pendekatan visual yang diterapkan dalam perancangan media informasi mengenai objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda adalah dengan cara mengemas informasi melalui teknik ilustrasi dan fotografi, terdiri dari foto-foto mengenai objek wisata yang ada pada Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang disusun sehingga menjadi sebuah bentuk brosur yang menarik, hal ini di karenakan agar isi brosur yang berupa foto ini bisa lebih menggambarkan bentuk realistis dari objek wisata yang ada, serta ilustrasi peta lokasi objek wisata yang bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan kegiatan berwisata pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

3.1.2.2 Pendekatan Verbal

Strategi pendekatan verbal yang diterapkan dalam perancangan media informasi mengenai objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda adalah formal, serta menggunakan bahasa verbal yang mudah dimengerti mengenai deskripsi tentang objek-objek wisata yang ada di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, hal ini dikarenakan dilihat dari target audience yang dituju mulai dari kisaran

usia remaja dan hingga orang dewasa, dan dengan mengajak para pengunjung untuk berpetualang pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

Adapun tagline yang di buat dalam strategi kreatif adalah;

” Berpetualang di Taman Hutan Raya Ir. H Djuanda”, dengan alasan agar pengunjung serasa berpetualang di dalam kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

3.1.3 Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam perancangan media informasi adalah membuat media-media yang bertujuan menyampaikan pesan atau informasi mengenai objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H Djuanda, perancangan media ini yaitu menggunakan media *primer* dan *sekunder*. Media *primer* ini adalah media utama dalam media informasi ini, sedangkan media *sekunder* adalah media yang bersifat melegkapi atau menunjang media utama.

- **Media Utama**

  Berdasarkan pada permasalah, maka dalam pemilihan media harus benar-benar tepat dan cermat agar dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan, berikut adalah pemilihan media informasi ini adalah:

- **Brosur**

  Media utama Brosur ini adalah media cetak yang memiliki jangkauan pada target sasaran yang di tuju untuk memberikan informasi kepada para pengunjung yang datang pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

- **Media Pendukung**

  Media pendukung dipergunakan untuk lebih mengefektifkan informasi yang ada, media pendukung merupakan media tambahan bagi media utama sebagai media pelengkap yang berfungsi sebagai pengingat, adapun media pendukung tersebut di antaranya:

  - **Poster**

    Poster merupakan media luar ruang dimana informasi yang di sampaikan dapat dengan mudah di sampaikan pada target sasaran, fungsi poster disini ialah sebagai media informasi mengenai media brosur yang merupakan media utama sebagai media pembantu dalam menjelajahi kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, serta menginformasikan mengenai media-media pendukung lainnya yang berupa marchendise.

- **Kalender**

  Kalender digunakan sebagai media *gimmick/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 Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

- **Sticker**

  Sticker digunakan sebagai media gimmick/merchandise yang penempatannya dapat di tempelkan pada kendaraan-kendaraan pengunjung yang pernah mendatangi kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

- **Pin**

  Pin digunakan sebagai media *gimmick/merchandise* yang berfungsi sebagai aksesoris ataupun cinderamata untuk keluarga yang berfungsi untuk mengingat kembali kepada pengunjung yang pernah berkunjung pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

- **Gantungan Kunci**

  Gantunga kunci digunakan sebagai media *gimmick/ merchandise* yang berfungsi sebagai aksesoris yang penempatannya pada kunci rumah ataupun kendaraan yang berfungsi untuk mengingat kembali kepada pengunjung

mengenai kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

- **Mug**

  Mug digunakan sebagai media *gimmick/ merchandise* yang berfungsi sebagai wadah untuk minuman dan juga sebagai pengingat terhadap pengunjung yang pernah berkunjung pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

- **T-Shirt**

  T-Shirt digunakan sebagai media *gimmick/merchandise* karena kaos dapat di gunakan untuk aktifitas sehari-hari, sehingga pesan tentang informasi mengenai kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda dapat di ingat dalam setiap aktifitas sehari-hari.

- **Topi**

  Topi digunakan sebagai media *gimmick/merchandise* karena topi dapat di gunakan dalam aktifitas berwisata dalam kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda serta dapat di gunakan terus menerus dan dapat menjadi suatu pengingat media informasi.

3.1.3.1 Strategi Distribusi

Untuk pendistribusian media informasi berupa brosur yang merupakan media informasi mengenai objek-objek wisata yang ada pada kawasan wisata Taman Hutan

Raya Ir. H. Djuanda perlu di adakannya kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan kehutanan pemerintah provinsi jawa barat serta balai pengelolaan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda sendiri agar brosur ini bisa tepat guna sebagai media informasi bagi para pengunjung yang datang pada kawasan wisata wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

Media brosur ini akan disebarkan pada setiap pintu-pintu masuk dan mulai intensif di distribusikan pada tanggal 3 september 2011 sampai dengan tahun-tahun berikutnya bersamaan dengan media-media pendukung lainnya yang berupa marchandise yang bisa di dapat pada bagian informasi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

3.2 Konsep Visual

Dalam perancangan media informasi mengenai Objek-objek Wisata yang ada pada kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, konsep visual yang di pilih penulis adalah dengan menggunakan teknik Fotografi serta ilustrasi, di maksudkan agar Objek-objek yang ingin di informasikan melalui media-media informasi nampak realistis dan dengan menggunakan ilustrasi gambar peta mengenai letak objek-objek wisata yang ada seakan mengajak para pengunjung uang mendatangi

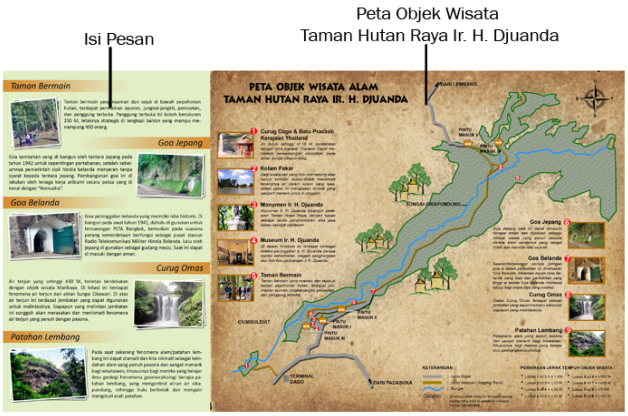
kawasan wisata untuk menjelajah dalam kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

3.2.1 Tata Letak

Tujuan utama tata letak adalah menampilkan elemen visual yaitu gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif sehingga memudahkan pembaca dalam menerima informasi yang disajikan. Layout yang di gunakan dalam penataan elemen visual seperti foto serta teks cenderung rapih, hal ini di maksudkan agar mudah dalam keterbacaan dan penyampaian pesan.



Gambar 3.1. Tata letak media utama tampak depan



Gambar 3.2. Tata letak media utama tampak belakang

3.2.2 Font

Pemilihan huruf yang baik harus mengarah pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan yang baik, selain itu bentuk huruf juga harus menggambarkan karakter dari pesan yang disampaikan. Desain huruf tertentu dapat menciptakan kesan atau karakteristik sebuah objek dalam suatu desain.

Oleh karena itu, huruf yang baik mengacu pada keterbacaan dan kemenarikan juga kesesuaian dengan tema yang diambil. Huruf tertentu dapat menciptakan kesan atau karakter dari subjek yang ditampilkan . Pemilihan huruf yang digunakan berdasar pada kesan visual yang ingin dicapai, huruf yang digunakan dalam media informasi ini adalah jenis huruf :

- **Austere Black**

Austere Black adalah jenis huruf yang memiliki bentuk yang sesuai dengan tema dari informasi yang ingin di sampaikan serta unik dan menarik, Alasan digunakannya font ini adalah dari bentuk yang tidak terlalu rapih serta terkesan kuat sehingga cukup mewakilkan dari konsep yang di buat yang mengacu pada Alam. Maka dipilihlah jenis huruf *Austere Black*, tidak hanya mudah dalam keterbacaan efek dari font ini menarik perhatian pembaca.

Jenis huruf yang di gunakan:

ABCEDFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890-□□[];',./!□□$%□&*()_□□{}:"□□?



- **Calibri**

Huruf ini digunakan sebagai isi pada perancangan media informasi objek wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Huruf calibri cukup tegas dan memiliki keterbacaan yang baik dan jelas, sehingga diharapkan dapat menyampaikan dengan baik isi dari media informasi yang di buat.

Jenis huruf yang di gunakan:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890-=\[];',./!@#$%^&*()_+|{}:"<>?

3.2.3 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu bagian yang sangant penting dalam memegang komunikasi dari sebuah media. dalam perancangan ini ilustrasi di gunakan sebagai pelengkap teks dari informasi yang ingin di sampaikan, gaya penggambaran di buat sederhana karena di sesuaikan dengan khalayak sasaran agar mudah dalam

memahaminya, untuk itu ilustrasi yang di gunakan pada media informasi ini menggunakan teknik fotografi dan bitmap.

- **Foto**



Gambar 3.3. Foto-foto Objek Wisata

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penggunaan foto-foto objek wisata yang di susun sedemikian rupa di harapkan agar informasi yang di sampaikan mengenai objek-objek wisata yang ada pada kawasan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda bisa lebih jelas dan realistis.

- **Background**



Gambar 3.4. Background

*(Sumber **(A)** : http://graphicleftovers.com/flower03.jpg/2011)*

Background yang digunakan pada perancangan media menggunakan garis yang membentuk unsur daun pada background agar lebih terasa unsur alamnya, di mana kawasan wisata ini merupakan suatu kawasan hutan raya yang banyak di tumbuhi tumbuhan hijau, sehingga bisa menjadi identitas visual pada perancangan media.

- **Map**



(A) **(B)**

Gambar 3.5. Peta Objek Wisata

*(Sumber **(A)** : http://darkbatman.com/maping.jpg/2011)*

Ilustrasi tampilan peta kawasan wisata sebagai petunjung arah tempat wisata di sertai dengan foto-foto dan deskripsi kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

Background pada peta menggunakan tekstur kertas agar terkesan lusuh seperti ilustrasi yang ada pada peta harta karun, konsepnya ialah agar terkesan seolah mengajak para pengunjung menjelajah untuk mendatangi objek-objek wisata yang ada dalam kawasan wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

3.2.4 Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan. pemilihan warna dalam konsep ini berdasarkan kepada kesan yang ingin disampaikan dan kepada siapa pesan ini ditujukan, adapun warna-warna yang di gunakan dalam pembuatam media informasi ini adalah :



C : 66 R : 96
M : 30 G : 131
Y : 100 B : 5
K : 13

Warna ini di gunakan pada pengaplikasian media, dan warna ini di pilih karna melambangkan suatu identitas hutan raya yang di dominasi dengan tumbuhan hijau, dari segi makna warna ini melambangkan kesuburan, harmoni, dan menyegarkan.



C : 4 R : 250
M : 9 G : 219
Y : 99 B : 23
K : 0

Warna ini di gunakan sebagai warna dominan pada Tagline yang ada pada media informasi yang di buat, warna ini melambangkan sebuah kebangkitan semangat, kemudian dari segi fungsional adalah agar mudah dalam keterbacaan.



C : 41 R : 113
M : 62 G : 76
Y : 100 B : 23
K : 37

Warna ini merupakan warna dominan dari warna kayu dan tanah yang di gunakan pada media, warna ini memberi kesan netral dan natural, warna inipun juga memberi kesan unsur tanah yang subur dari taman hutan raya.



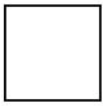
C : 0 R : 254
M : 99 G : 0
Y : 100 B : 0
K : 0

Warna ini di gunakan pada teks dari sub judul media utama, dari segi fungsional jelas dalam keterbacaan, dan dari makna melambangkan sebuah penegasan.



C : 75 R : 0
M : 68 G : 0
Y : 67 B : 0
K : 90

Warna ini di gunakan pada teks pada media, warna ini di pilih sebagai warna teks karna dari segi fungsional dapat terlihat jelas dalam keterbacaan.



C : 0 R : 225
M : 0 G : 225
Y : 0 B : 225
K : 0

Warna ini di pilih sebagai background teks dari sub judul yang ada pada media utama, dari segi fungsional agar jelas dalam keterbacaan karna fourground yang berupa teks menggunakan warna merah sehingga menjadi kontras antara background & fourground.